



Evaluierung der Nachhaltigkeits-Zertifizierung Nachhaltig Austria für den österreichischen Weinbau unter Berücksichtigung der Sustainable Development Goals und spezifischer Stakeholderbedürfnisse.

Akademische Abschlussarbeit

zur Erlangung der akademischen Bezeichnung

Akademische CSR-ManagerIn

eingereicht von

Mag. Sylvia Petz

Akademischer Lehrgang zum/zur CSR ManagerIn

Veranstalter: Fachhochschule des bfi Wien GmbH
1020 Wien, Wohlmutstraße 22

Begutachter: Hon.-Prof. Thomas Walker

Wien, im Oktober 2016

Ehrenwörtliche Erklärung

Diese Arbeit ist nicht öffentlich zugänglich und kann nur mit Zustimmung des/r Verfassers/in publiziert oder als Informationsquelle zur Verfügung gestellt werden.

Ich versichere:

1. dass ich die Akademische Abschlussarbeit selbstständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfe bedient habe,
2. dass ich diese Abschlussarbeit weder im Inland noch im Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit, gleich welcher Prüfung, vorgelegt habe.

Mag. Sylvia Petz Wien, im Oktober 2016

ABSTRACT

Das Ziel der vorliegenden Arbeit war es, das österreichische Wein-Nachhaltigkeits-Siegel „Nachhaltig Austria“ in einen größeren, internationalen Kontext zu stellen und anhand der Erwartungen der relevanten österreichischen Stakeholder an ein solches Gütesiegel zu evaluieren. Hierfür wurde auf drei Ebenen untersucht.

In einem ersten Schritt wurde eine Wesentlichkeitsanalyse für den Weinbau erstellt. Sie wurde nach den Handlungsfeldern der ISO 26000, eines 2010 veröffentlichten Leitfadens zur gesellschaftlichen Verantwortung von Organisationen, und den Zielen der von der UNO 2015 verabschiedeten Sustainable Development Goals (SDGs) zur Sicherung einer nachhaltigen Entwicklung auf ökonomischer, gesellschaftlicher und ökologischer Ebene ausgerichtet. Das Resultat der Untersuchung zeigt Entwicklungspotential für Nachhaltig Austria, da manche Bereiche noch zu wenig oder gar nicht berücksichtigt werden.

In einem zweiten Schritt wurden die Kriterien von Nachhaltig Austria direkt mit den als wesentlich identifizierten Handlungsfeldern und Zielen abgeglichen und Übereinstimmungen und Mängel aufgezeigt. Auch diese Ergebnisse können dafür genutzt werden, das Siegel weiterzuentwickeln, um es international vergleichbar zu machen.

In einem dritten Schritt wurde eine umfangreiche Online-Umfrage mit den Stakeholder-Gruppen Private, Handel, Gastronomie, Presse und Winzerschaft durchgeführt, anschließend wurden ihre Erwartungen an ein Nachhaltigkeits-Label für Wein ausgewertet. Die Erkenntnisse aus dieser Untersuchung sind vor allem auch für die weitere Kommunikation von Nachhaltig Austria relevant.

Die Inhalte der vorliegenden Arbeit sind für alle direkt betroffenen Stakeholder der Weinbranche – Winzer, Händler, Gastronomen – insofern interessant, als sie die zukünftig steigende Nachfrage ihrer Kunden nach nachhaltig produziertem Wein bestätigen und die unterschiedlichen Erwartungshaltungen an einen solchen aufzeigen. Weiters für alle mit Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft befassten Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen sowie Studierende, um entstandene Fragen aufzugreifen und tiefergehend zu forschen. Und nicht zuletzt für die Proponenten von Nachhaltig Austria.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	IV
Abkürzungsverzeichnis	V
1 Einleitung	1
1.1 Themenstellung und Relevanz der Themenstellung.....	1
1.2 Formulierung der Forschungsfragen	1
1.3 Stand der Literatur	2
1.4 Aufbau und methodische Vorgehensweise der Arbeit.....	3
2 Definitionen.....	4
2.1 Corporate Social Responsibility (CSR)	4
2.2 ISO 26000	6
2.2.1 ISO 26000:2010 für den Weinsektor	6
2.3 Sustainable Development Goals (SDGs)	7
2.4 Stakeholder	8
2.5 Zertifizierung	8
3 Weinproduktion und die Herausforderungen an ihre Nachhaltigkeit	9
4 Klimawandel und Weinbau	10
4.1 Klimawandel in den Weingärten.....	10
4.2 Wein-Treibhausgasemission.....	12
4.2.1 CO ₂ -Emission und Einsparungsmöglichkeiten in der Weinproduktion	12
4.2.1.1 CO ₂ -Emission in der Weinproduktion	12
4.2.1.2 CO ₂ -Einsparungsmöglichkeiten in der Weinproduktion.....	13
4.2.1.2.1 Im Weingarten	13
4.2.1.2.2 Im Weinkeller.....	13
4.2.1.2.3 Bei der Verpackung	13
4.2.1.2.4 Bei den Abfällen.....	13
4.2.1.2.5 Im Vertrieb	13
4.3 Wasser-Fußabdruck im Weinbau.....	14
4.4 Gesamt-Fußabdruck einer Flasche Wein.....	15
5 Zertifizierungen in der Weinbranche	16
5.1 Zertifizierungen nach Managementsystemen.....	16
5.1.1 Zertifizierungen nach Managementsystemen international	16
5.2 Zertifizierungen nach Weinproduktionsmethoden	17
5.2.1 Die Zertifizierungen nach Weinproduktionsmethoden in Österreich.....	18
5.2.1.1 Integrierte Produktion	18

5.2.1.2	Biologische Weinproduktion (EU-Gesetz).....	19
5.2.1.3	Biologisch-dynamische Weinproduktion	19
6	Nachhaltig Austria	19
6.1	Die Rahmenbedingungen und Kriterien	20
6.2	Der aktuelle Stand	20
6.3	Wie funktioniert die Zertifizierung?.....	21
6.4	Das Nachhaltig-Austria-Logo	22
6.5	Evaluierung und Ziele nach zwei Jahren Laufzeit aus Sicht des Projektträgers	22
6.6	Aktuelle Kritik an Nachhaltig Austria	24
7	Die wesentlichen Kernthemen der ISO 26000 und Targets der SDGs	
	für den Weinbau	26
7.1	Die wesentlichen Kernthemen der ISO 26000 für den Weinbau.....	26
7.1.1	Die wesentlichen Handlungsfelder der ISO 26000 für den Weinbau.....	27
7.2	Die wesentlichen SDGs und ihre Targets für den Weinbau.....	29
7.3	Abgleich der NHA-Kriterien mit der ISO 26000 und den SDGs	34
7.3.1	Abgleich mit den Handlungsfeldern der ISO 26000	34
7.3.2	Abgleich mit den Targets der SDGs	35
7.4	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	36
8	Die wichtigsten Stakeholder der Weinbranche	37
9	Das Einkaufsverhalten von Weinkonsumenten.....	38
10	Stakeholder-Engagement: Interviews	39
10.1	Fragenkatalog.....	39
10.2	Angefragte Stakeholder und Rücklaufquote	40
10.3	Interview-Ergebnisse	40
10.3.1	Ergebnisse Frage A:.....	40
10.3.1.1	Die fünf <u>wichtigsten</u> Kriterien gereiht nach Relevanz.....	40
10.3.1.2	Die fünf <u>unwichtigsten</u> Kriterien gereiht nach Relevanz	42
10.3.2	Ergebnisse Fragen B und C:	44
11	Conclusio und Ausblick.....	46
12	Literaturverzeichnis	1
13	Auswertungen & Fragebogen.....	5
13.1	Die Gesamt-Ergebnisse der Gegenüberstellung von NHA-Kriterien mit den SDGs und den Handlungsfeldern von ISO 26000	5
13.1.1	NHA-Ökonomie abgebildet in SDGs und ISO 26000	5
13.1.2	NHA-Soziales abgebildet in SDGs und ISO 26000.....	5
13.1.3	NHA-Ökologie abgebildet in SDGs und ISO 26000	6
13.2	Online-Fragebogen www.umfrageonline.com	7

13.3	Online-Umfrage Rücklauf.....	8
13.4	Online-Umfrage – Ergebnisse Frage A tabellarisch.....	8
13.5	Online-Umfrage – Ergebnisse Frage A graphisch.....	9

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Das Reifegradmodell von Corporate Resilience (auf Basis von CSR)	5
Abb. 2:	Fußabdruck einer Flasche Wein am Château Larose Trintaudon	15
Abb. 3:	Prozentuelle Verteilung der Produktionsmethoden der Weinbauflächen in Österreich	18
Abb. 4:	Das Nachhaltig-Austria-Auswertungsdiagramm.....	21
Abb. 5:	Logos Nachhaltig Austria & Sustainable Austria	22
Abb. 6:	Umfrage-Ergebnisse Frage A graphisch	43
Abb. 7:	Umfrage-Ergebnisse Fragen B & C tabellarisch.....	44
Abb. 8:	Umfrage-Ergebnisse Fragen B & C graphisch	45

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
AP	Arbeitspraktiken
Anm.	Anmerkung
Afnor	Association française de normalisation (französisches Normungsinstitut)
BMLFUM	Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft
bzw.	beziehungsweise
CH ₄	Methan
CO ₂	Kohlendioxid
CO _{2e}	Kohlendioxid-Äquivalent
CSR	Corporate Social Responsibility
EEG	Einbindung und Entwicklung der Gemeinschaft
EU	Europäische Union
EG	Europäische Gemeinschaft
FBGP	Faire Betriebs- und Geschäftspraktiken
IGP	Indication Géographique Protégée (Weine mit geschützter geografischer Angabe)
IKT	Interprofessionelles Komitee Traisental
KA	Konsumenten Anliegen
LEH	Lebensmittelhandel
lt.	laut
MR	Menschenrechte
N ₂ O	Lachgas
NHA	Nachhaltig Austria
NÖ	Niederösterreich
OF	Organisationsführung
OIV	Organisation Internationale de la vigne et du vin (Internationale Organisation für Rebe und Wein)
o. V.	ohne Verfasser
ÖWM	Österreich Wein Marketing
SDGs	Sustainable Development Goals
u. a.	unter anderem

UNO	United Nations Organization (Organisation der Vereinten Nationen)
usw.	und so weiter
UW	Umwelt
WEINKLIM	Weinbau im Klimawandel
z. B.	zum Beispiel

1 Einleitung

1.1 Themenstellung und Relevanz der Themenstellung

2014 wurde vom Österreichischen Weinbauverband „Nachhaltig Austria“ lanciert. Die gesamte österreichische Winzerschaft wurde in Folge über die Österreich Wein Marketing (ÖWM), eine Servicegesellschaft für die österreichische Weinwirtschaft, aufgerufen, sich in einem ersten Schritt selbst zu evaluieren und dann von einer der beiden unabhängigen Zertifizierungsstellen Lacon oder agroVet zertifizieren zu lassen.

In der vorliegenden Arbeit wurde Nachhaltig Austria anhand des internationalen Leitfadens ISO 26000 und den für die Weinwirtschaft wesentlichen Sustainable Development Goals evaluiert. Entspricht das Siegel diesen Anforderungen, wäre es international vergleichbar und beispielgebend. Hierzu muss angemerkt werden, dass Nachhaltig Austria das erste europäische Siegel dieser Art ist, das nicht von einem privaten Verein, sondern von einer öffentlichen für die gesamte Winzerschaft eines Landes stehenden Organisation vergeben wird. Nachhaltig Austria ist demnach eine nationale Nachhaltigkeitszertifizierung für Wein. Ein vergleichbares Siegel gibt es bereits in Neuseeland, Australien und Kalifornien.

Weiters wurde erforscht, ob Nachhaltig Austria den Erwartungshaltungen der Stakeholder, und hier im Besonderen denen der Konsumentinnen und Konsumenten, der Winzerschaft, Gastronomie, Fachpresse und des Handels entspricht. Basis dafür war eine umfassende Online-Befragung, um die Bekanntheit von Nachhaltig Austria, die Relevanz von Wein-Nachhaltigkeitszertifizierungen und die generellen Erwartungen an eine solche zu ermitteln. Die Daten können vom Projektteam dahingehend genutzt werden, das Siegel entsprechend der Stakeholder-Erwartungen weiterzuentwickeln und die Kommunikation nach innen und außen zu verstärken. Der Nutzen für die Winzerschaft, sich Nachhaltig Austria zertifizieren zu lassen, würde durch mehr Bekanntheit und Wissen um das Siegel verstärkt.

1.2 Formulierung der Forschungsfragen

1. Inwieweit entspricht die zu untersuchende Zertifizierung den Anforderungen der für den Weinbau wesentlichen Sustainable Development Goals (SDGs) und der ISO 26000?
2. Welche Erwartungen haben die relevanten Interessens- und Anspruchsgruppen an ein glaubwürdiges Gütesiegel im Weinbau und welche Auswirkungen hätten diese Erwartungen auf das bestehende Gütesiegel?

1.3 Stand der Literatur

Mit der Veröffentlichung der „ISO 26000 de la filière vin“ im Juni 2015 durch Inter Oc¹ und Afnor² wurde in Frankreich ein Meilenstein für die nachhaltigkeitsbewusste Weinwelt gesetzt: In ihr wurden die wesentlichen Handlungsfelder der ISO 26000 für die französische Weinwirtschaft identifiziert, ausformuliert und allen Stakeholdern zugänglich gemacht.

Zum Thema „Wein und Nachhaltigkeit“ mit allen Aspekten der Nachhaltigkeit gibt es noch kaum öffentlich zugängliche Literatur, die meisten Werke behandeln fast ausschließlich die ökologischen Handlungsfelder und gehen nur am Rande auf die ökonomischen und gesellschaftlichen ein.³ In der biodynamischen Landwirtschaft, die vor etwa 20 Jahren für den Weinbau adaptiert wurde, werden allerdings Kreislaufwirtschaft (Circular Economy) und Verantwortung für die gesamte Wertschöpfungskette und Gesellschaft eingefordert. Ein Ansatz, der mit Abstrichen für den gesamten Weinbau anwendbar ist, auch wenn nicht nach biodynamischen Grundsätzen gearbeitet wird.

In der universitären Forschung hat das Thema Wein & Nachhaltigkeit durch seine Brisanz längst Eingang gefunden, an vielen Hochschulen für Landwirtschaft und Weinbau werden diesbezügliche Studien durchgeführt. Eine guten Sammlung an Verweisen bietet das Weinfachmagazin Journal of Wine Economics mit der im August 2016 erschienen Ausgabe.⁴ Aktuell wird an der Hochschule Ludwigshafen zur nachhaltigen Unternehmensführung in der Weinwirtschaft⁵ geforscht, hier werden die Ergebnisse nicht vor 2017 erwartet. Die Studienergebnisse des Forschungsprojekts WEINKLIM 2012 zu Wein und Klimawandel im österreichischen Weinbaugebiet Traisental⁶ waren die Basis für die Entwicklung von Nachhaltig Austria.

Standardwerke zu Corporate Social Responsibility (CSR), Stakeholdern und CSR & Kommunikation⁷ dienen als allgemeine Basis für die vorliegende Arbeit, auf manche relevanten Begriffe wurde kurz eingegangen.

Friedel und Spindler⁸ arbeiten in ihrem erst kürzlich erschienen Werk zu Zertifizierungen in den Handlungsfeldern Nachhaltigkeit, Ökologie, Klimaschutz und Lebensmittelsicherheit heraus, warum Zertifizierungen sinnvoll und auch aus unternehmerischer Sicht nutzbringend

¹ l'Interprofession des Vins Pays d'Oc IGP.

² Die Association française de normalisation (AFNOR) ist die offizielle französische Stelle für die Normung. Sie ist Mitglied sowohl der ISO als auch des Europäischen Komitees für Normung.

³ Lantschbauer (2015); Feiring (2012); Theise (2011)

⁴ Anderson / Ashenfelter / Ginsburgh / Stavins (2016)

⁵ Wehrheim / u. a.

⁶ Soja (2012)

⁷ Schneider / Schmidpeter (2015), Heinrich (2014)

⁸ Friedel / Spindler (2016)

sind. Ein Kapitel der vorliegenden Arbeit ist den Wein-Zertifizierungen generell und denen in Österreich für das bessere inhaltliche Verständnis von Nachhaltig Austria gewidmet.

Zu den von der UNO verabschiedeten Sustainable Development Goals (SDGs), die seit 1. Jänner 2016 in Kraft sind, gibt es in der Zwischenzeit umfangreiche Literatur. In der vorliegenden Arbeit wurde vor allen Dingen auf die für den Weinbau wesentlichen SDGs (2. Zero Hunger, 3. Good Health and Well Being; 4. Quality Education; 5. Gender Equality; 6. Clean Water and Sanitation; 7. Affordable and Clean Energy; 8. Decent Work and Economic Growth; 9. Industrie, Innovation and Infrastructure; 10. Reduced Inequality; 11. Sustainable Cities and Communities; 12. Responsible Consumption and Production; 13. Climate Action; 15. Life on Land; 17. Partnership for the Goals) und ihre jeweiligen Einzelziele eingegangen.

1.4 Aufbau und methodische Vorgehensweise der Arbeit

In Beantwortung der Forschungsfragen wurde im Anschluss an die Einleitung, die wichtigsten Definitionen und einen ausführlichen theoretischen Teil zu Wein-Klassifizierungen der Kriterienkatalog von Nachhaltig Austria evaluiert. In einem ersten Schritt anhand der ISO 26000 und in einem zweiten anhand der für den Weinbau relevanten SDGs. Dabei wurden gleichermaßen Übereinstimmungen und Mängel aufgezeigt, die für eine Weiterentwicklung des Siegels vor allem im Sinne der ISO 26000 und möglicherweise künftig in dem der ISO 26000:2010 für den Weinsektor herangezogen werden können.

Nach der Identifizierung der wichtigsten Stakeholder für den Weinbau wurde ein großer Teil der Arbeit ihnen und ihren Erwartungshaltungen an ein Wein-Nachhaltigkeitssiegel gewidmet. In einer umfassenden Online-Umfrage wurden sie gebeten, ihre Meinung hinsichtlich der Relevanz von Nachhaltigkeitskriterien für den Weinbau und generell Wein mit Nachhaltigkeitsiegel abzugeben.

Die Fragen „Ein Wein mit Nachhaltigkeitsiegel muss für mich folgende Kriterien erfüllen“ mit 26 Kriterien, „Denken Sie, dass Wein mit Nachhaltigkeitszertifizierung für den Konsumenten/die Konsumentin zukünftig an Relevanz gewinnt?“ und „Kennen Sie das Siegel ‚Nachhaltig Austria‘?“, mussten entweder evaluiert oder mit „ja“ oder „nein“ beantwortet werden. Um die zu Befragenden nicht zu beeinflussen, wurde keine Erläuterung zum Begriff „Nachhaltigkeit“ gegeben. Ihr aktueller Wissenstand wurde als gegeben und relevant betrachtet.

Im abschließenden Kapitel wurden beide Evaluierungen von Nachhaltig Austria zusammengeführt und weiterführende Fragen aufgezeigt.

Der Autorin ist es ein Anliegen, darauf hinzuweisen, dass aufgrund des geforderten geringen Umfangs und der sehr begrenzten Zeitspanne, die für die Arbeit zur Verfügung stand, die Themen nur sehr oberflächlich gestreift werden konnten und dadurch auch Ungenauigkeiten entstehen konnten, die gerade deshalb Anlass zu möglichen weiteren Untersuchungen sein können.

2 Definitionen

Da in der vorliegenden Arbeit Nachhaltig Austria mit den für die Weinbranche wesentlichen Handlungsfeldern der ISO 26000 und den Zielen der Sustainable Development Goals verglichen wird, soll hier kurz auf ihre und andere für die Arbeit relevante Definitionen eingegangen werden.

2.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

Die Definition der Europäischen Kommission von „sozialer Verantwortung der Unternehmen“ (CSR) lautet wie folgt: „ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren.“⁹ Und weiter „Die soziale Verantwortung der Unternehmen betrifft Maßnahmen, die die Unternehmen über ihre rechtlichen Verpflichtungen gegenüber Gesellschaft und Umwelt hinaus ergreifen.“

Ging man in den Anfängen davon aus, dass CSR ein vor allen Dingen philanthropischer Ansatz ist, sieht man heute nach mehreren Entwicklungsschritten CSR als integratives Modell, das in der DNA und gesamten Strategie eines Unternehmens verankert sein muss. Spricht *Schneider* noch von CSR 3.0¹⁰, sind andere bereits bei CSR 4.0 angekommen, siehe Reifegradmodell von *Walker*, Abbildung 1. Grundsätzlich ist CSR in einer steten Entwicklung zu sehen, nicht abgeschlossen und soll dies auch nie sein.¹¹

⁹ Europäische Kommission (2011) S. 5.

¹⁰ Vgl. *Schneider* (2015) S. 37 ff.

¹¹ Vgl. *Schneider* ebenda S. 23.

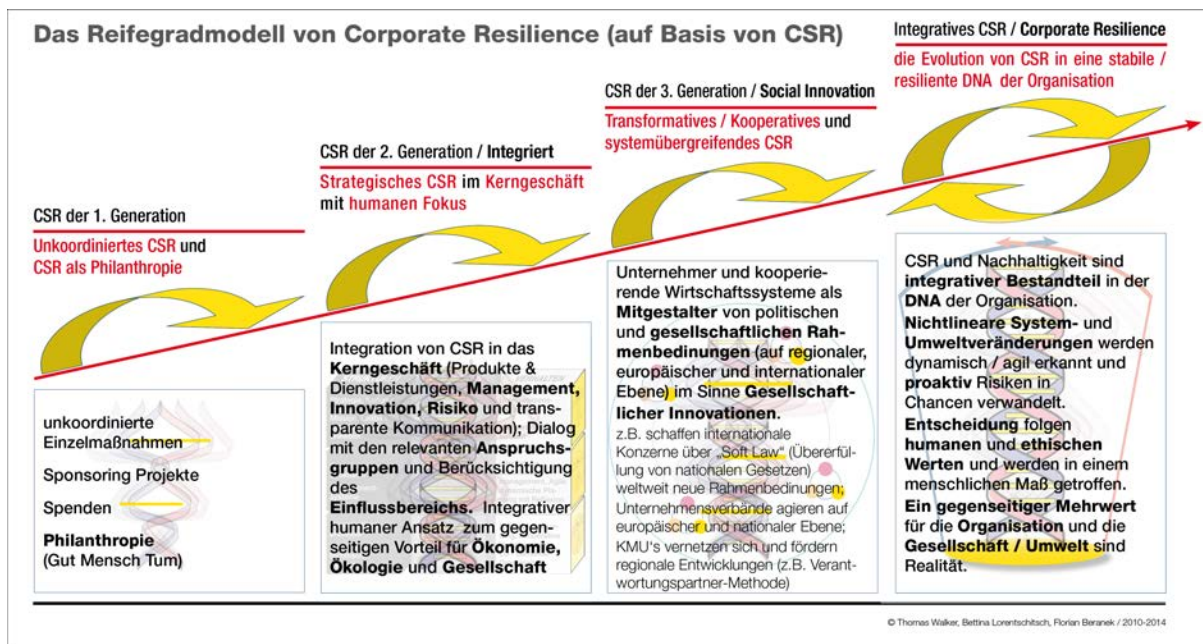


Abb. 1: Das Reifegradmodell von Corporate Resilience (auf Basis von CSR) ¹²

Dyllik und Muff gehen noch einen Schritt weiter. Für sie bedeutet „Sustainable Business“, dass ein Unternehmen mit seinen Produkten und Dienstleistungen direkt zur Problemlösung von Gesellschaft und Umwelt beitragen und dafür gegebenenfalls gänzlich neue Lösungen finden und innovativ werden muss. „Truly sustainable business shifts its perspective from seeking to minimize its negative impacts to understanding how it can create a significant positive impact in critical and relevant areas for society and the planet. A Business Sustainability 3.0 firm looks first at the external environment within which it operates and it then asks itself what it can do to help resolve critical challenges that demand the resources and competencies it has at its disposal.“¹³

Weiters muss hier angemerkt werden, dass der Begriff „Corporate Social Responsibility“ (CSR) außerhalb des deutschen Sprachraums als rein philanthropischer Ansatz verstanden und deshalb weitgehend abgelehnt wird. International gebräuchlicher sind die Bezeichnungen „Environment Social Governance“ (ESG), „Sustainability“, „Corporate Sustainability“ oder wie oben „Sustainable Business“.

¹² Walker (2016)

¹³ Dyllik / Muff (2016) S. 16.

2.2 ISO 26000

An der Erarbeitung des Standards ISO 26000 wirkten fast 100 Länder über mehrere Jahre lang mit, umgesetzt wurde sie am 1. November 2010. Es ist ein international anwendbarer Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung von Organisationen und ist gültig und anwendbar für jegliche Form von Organisation. Im 2015 erschienenen CSR Dictionary steht hierzu:

„ISO26000, a guide on social responsibility (SR), was published in 2011. CSR has been discussed globally and recognized as a new role and responsibility of business for sustainable development in society. ISO26000 can be regarded as a compilation of the various codes of conduct and initiatives on CSR that have been developed.“¹⁴

Der Leitfaden fußt auf den sieben Grundsätzen Rechenschaftspflicht, Transparenz, Ethisches Verhalten, Achtung der Interessen von Anspruchsgruppen, Achtung der Rechtsstaatlichkeit, Achtung internationaler Verhaltensstandards und Achtung der Menschenrechte. Es wird jeder Organisation empfohlen, diese Grundsätze zu achten.

In sieben Kernthemen werden die Hauptbereiche gesellschaftlicher Verantwortung abgebildet: Organisationsführung, Menschenrechte, Arbeitspraktiken, Umwelt, Faire Betriebs- und Geschäftspraktiken, Konsumentenangelegenheiten, Einbindung und Entwicklung der Gemeinschaft.¹⁵ Jede Organisation sollte sich mit ihnen und ihren insgesamt 37 Handlungsfeldern auseinandersetzen und die für sie wesentlichen identifizieren und umsetzen.

Alle Kernthemen hängen zusammen und ergänzen einander, zentrales Kernthema ist die Organisationsführung. Die Grundsätze gesellschaftlicher Verantwortung müssen von ihr ausgehen, strategisch verankert sein und auf allen Ebenen umgesetzt werden.

2.2.1 ISO 26000:2010 für den Weinsektor

2015 wurde auf Initiative von Frankreichs größter Wein exportierenden Region, dem Pays d'Oc IGP¹⁶, und in Kooperation mit Afnor¹⁷ und Inter Oc¹⁸ die ISO 26000 für den Weinsektor adaptiert: die ISO 26000:2010 pour la filière vin. Hierfür wurden von 2011 bis 2012 129 Unternehmen mit insgesamt über 50.000 Hektar Rebfläche, 10.000 Winzern und Mitarbeitern hinsichtlich ihrer Tätigkeit und Erwartungen zur nachhaltigen Entwicklung des Weinsektors analysiert. Im Anschluss wurden die praktischen Realitäten, Besonderheiten und

¹⁴ Dictionary of Corporate Social Responsibility, (2015) S. 342.

¹⁵ Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2011) S. 12 f.

¹⁶ Anbaugebiet für Wein aus dem Pays d'Oc (Languedoc-Roussillon) mit geschützter Ursprungsbezeichnung

¹⁷ Association Française de Normalisation

¹⁸ Inter Oc, der Fachverband für Pays-d'Oc-IGP-Weine

Herausforderungen des Weinsektors – Weinbau und Weinhandel – anhand der Kernthemen und Unterziele der ISO 26000 in einen eigenen Standard umgearbeitet. Ein umfassender Anhang mit Praxisbeispielen zu jedem der sieben Kernthemen verdeutlicht die Praxisnähe und direkte Anwendbarkeit.¹⁹

Ziel war es, „einen nationalen Rahmen für die unternehmerische Gesellschaftsverantwortung im Weinsektor zu schaffen.“²⁰ Das Abkommen steht seit seiner Publizierung somit nicht nur den Pays d'Oc, sondern allen Akteuren des französischen Weinsektors zur Verfügung.

Aus der ISO 26000 für den Weinsektor resultiert auch die Umsetzung und Verbreitung des Leitfadens „Verantwortungsvoller Einkauf“ und das Bewertungsmodell AFAQ 26000 (oder „Leitfaden bewährter Methoden“) für den Weinsektor Pays d'Oc IGP.

Weiters soll laut Projektleiterin *Linda Filone*²¹ basierend auf ISO 26000:2010 für den Weinsektor bis 2017 eine nationale Zertifizierungsmöglichkeit für die französische Weinbranche geschaffen werden.

2.3 Sustainable Development Goals (SDGs)

Am 25. September 2015 wurden von der UNO 17 Ziele für die Zukunft als „Agenda 2030“ veröffentlicht, die der Sicherung einer nachhaltigen Entwicklung auf ökonomischer, gesellschaftlicher und ökologischer Ebene dienen sollen. Sie sind unterteilt in 167 detaillierte Unterziele und gelten für jede Nation, jede Branche, jedes Unternehmen, jeden Einzelnen und jede Einzelne. Alle sind aufgerufen, ihren individuellen Beitrag zur Erreichung dieser Ziele zu leisten.

„The SDGs and targets are integrated and indivisible, global in nature and universally applicable, taking into account different national realities, capacities and levels of development and respecting national policies and priorities.“²²

In der vorliegenden Arbeit wurden die Kriterien von Nachhaltig Austria mit den SDGs abgeglichen, um herauszufinden, ob das Label diesen internationalen Zielen entspricht und wo gegebenenfalls Mängel herrschen.

¹⁹ Vgl. ISO 26000:2010 pour la filière vin (2015) S. 74.

²⁰ Vgl. Barthes (2015) S. 3.

²¹ Filone (2016a).

²² Vgl. o. V. United Nations. Department of Economic and Social Affairs (2012) online <https://sustainabledevelopment.un.org/intergovernmental>, Zugriff am 14. August 2016

2.4 Stakeholder

Aus vielen Definitionen für den Begriff „Stakeholder“, zu Deutsch „Anspruchsgruppen“, wurde diese hier aus Gablers Wirtschaftslexikon gewählt: „Anspruchsgruppen sind alle internen und externen Personengruppen, die von den unternehmerischen Tätigkeiten gegenwärtig oder in Zukunft direkt oder indirekt betroffen sind. Gemäß Stakeholder-Ansatz wird ihnen – zusätzlich zu den Eigentümern (Shareholders) – das Recht zugesprochen, ihre Interessen gegenüber der Unternehmung geltend zu machen. Eine erfolgreiche Unternehmungsführung muss die Interessen aller Anspruchsgruppen bei ihren Entscheidungen berücksichtigen (Social Responsiveness).“²³

Nach ISO 26000 unterscheidet man Primäre und Sekundäre Anspruchsgruppen. Zu ersteren, den Kernstakeholdern, gehören jene Gruppen oder Personen, die unmittelbar am Wertschöpfungsprozess beteiligt sind. Zu zweiten sind jene zu zählen, die ebenfalls noch Einfluss oder Interesse haben, dies aber nur noch indirekt.

2.5 Zertifizierung

„Als Zertifizierung (von lat. ‚certe‘ = bestimmt, gewiss, sicher und ‚facere‘ = machen, schaffen, verfertigen) bezeichnet man ein Verfahren, mit dessen Hilfe die Einhaltung bestimmter Anforderungen nachgewiesen wird.“²⁴

Zertifizierungen stehen in der allgemeinen Wahrnehmung auf der einen Seite vielfach für Qualitätsgarantie und auf der anderen Seite für fehlendes Vertrauen in ihre Kontrolle: „Bio ist nur ein Mascherl“. Sie stehen für Vergleichbarkeit auf der einen Seite und Verwirrung durch die Vielfalt an Labels auf der anderen Seite. Für Unternehmen bedeuten Zertifizierungen meist Arbeitsaufwand, nicht unerhebliche Bürokratie, zusätzliche Kontrollen und nicht zuletzt auch Kosten. Sie und die Konsumentinnen und Konsumenten sind gleichermaßen überfordert: Soll man den Weg der Zertifizierung gehen und kann man ihr vertrauen?

Menschen brauchen mit der wachsenden Anzahl an Zertifizierungen gültige Informationen über Qualitäten und die Sicherheit, dass diese Informationen auch stimmen.²⁵ *Franz Josef Radermacher* definiert Zertifizierung in seinem Buch „Zertifizierung als Erfolgsfaktor: Nachhaltiges Wirtschaften mit Vertrauen und Transparenz.“ wie folgt: „Allen an einem Prozess beteiligten Akteuren die gleichen, zugleich zielführenden Regeln für ihr Handeln zu geben.“ Das für ihn zentrale Wort aller Zertifizierungsprozesse heißt „Vertrauen“. Dieses kann sich für *Radermacher* nur in einem Prozess aus der Eigenverantwortung der

²³ Vgl. Gabler (2016) online.

²⁴ Vgl. Wikipedia (2016) online.

²⁵ Vgl. Radermacher (2016) S. XIII.

Handelnden, kombiniert mit Konformitätsprüfungen unabhängiger Dritter, und aus geübter und gelebter Praxis entwickeln.

3 Weinproduktion und die Herausforderungen an ihre Nachhaltigkeit

Wein wächst. Die Rebfläche betrug 2015 weltweit beinahe 8 Millionen Hektar, die in der EU 4,7 Hektar. Während die Rebfläche in der EU bedingt durch ihr Programm gegen den globalen Weinüberfluss stagniert, wächst sie international und speziell in den ehemaligen Ostblockstaaten und asiatischen Ländern.²⁶ Vor allem in den Überseeländern Amerika und Australien gibt es seit langem riesige Weingärten, die vollautomatisch bewässert und maschinell abgeerntet werden, und wo selbst die Laubarbeit von Maschinen erledigt wird.

Das Genussprodukt Wein ist gesamtheitlich betrachtet ein Industrieprodukt geworden und hat längst seine Romantik verloren. Wein in der Massenproduktion ist das Ergebnis von Technik. Monokulturen, systemische Spritz- und Düngemittel, Reinzuchtheften, Eingriffe in das Aromen- und Geschmacksbild der Weine und in ihren Alkoholgehalt, Einsatz von schweren Maschinen und Vollerntern. Die Böden vieler Weingärten sind ausgelaugt und verdichtet, der CO₂- und Wasser-Fußabdruck pro Flasche Wein ist beachtlich. Es ist höchst an der Zeit, auch den Weinbau mit kritischen Augen zu betrachten, sich seiner Auswirkungen auf allen Ebenen bewusst zu werden und Nachhaltigkeits-Strategien zu entwickeln. Die Weinbaumethode von konventionell auf biologisch oder biodynamisch zu ändern, reicht alleine nicht aus, auch wenn dies enormen Aufwand und ein großes Risiko beinhaltet. Die Strategie muss über die ökologische Ebene hinausgehen, auch die ökonomischen und gesellschaftlichen Auswirkungen umfassen und Bezug auf sämtliche Anspruchsgruppen nehmen.

Vor allen Dingen müssen Winzerinnen und Winzer die Folgen des Klimawandels weit vorausschauend mitplanen. Denn speziell im Weinbau muss man langfristig agieren. Reben, die heute gepflanzt werden, sind erst nach fünf Jahren gut im Ertrag, erbringen erst nach zwanzig Jahren anspruchsvollen Wein und halten bei guter Pflege und Nichtüberbeanspruchung gut hundert Jahre. Winzerinnen und Winzer denken und arbeiten immer schon in die Zukunft und für die nächsten Generationen. Heute allerdings mit größerer Unsicherheit als früher: bedingt durch steigende Temperaturen, kürzere intensivere Vegetationsphasen, frühere Erntezeiten, schlimmere Unwetterschäden und neue Schädlingsarten. Zur mittelfristigen Lösung stehen Rebflächen in anderen kühleren Lagen, andere Rebsorten und Ausbauarten sowie andere Bewirtschaftungsmethoden der

²⁶ Vgl. o. V. European Wine (2016) online.

Weingärten zur Auswahl. Ein echte Lösung kann das allerdings nicht sein, wenn man an die Typizität regionaler Weine und Rebsorten denkt.

Man muss daher, um es mit den Worten *Otto Scharmers* zu sagen, den Weinbau von der Zukunft her zu führen. Er plädiert für eine „co-kreative Ökosystem-Ökonomie“, weg von der Profitoptimierung und Beherrschung des Ökosystems hin zu einer verantwortungsbewussten Entwicklung des Ökosystems.²⁷ Die biodynamische Landwirtschaft entspricht seiner Meinung nach dieser Entwicklung schon in vielen Bereichen. Ein biodynamischer Hof basiert auf den Prinzipien eines unabhängigen geschlossenen Kreislaufs: Abfall (Mist und Pflanzabschnitt) wird wieder zu Input (Kompost-Dünger), Biodiversität (Vielfalt auf den Feldern und Fruchtwechsel, im Fall des Weinbaus Obst- und Nussbäume sowie Kräuter usw. in den Weingärten) und eine symbiotische Beziehung zwischen all den Elementen im Sinne einer lebendigen Hofindividualität.²⁸ Erstreckt man diese ökologischen und ökonomischen Aspekte über den inneren Kreis hinaus in den äußeren mit all seinen Stakeholdern und ergänzt diese durch den gesellschaftlichen Aspekt, agiert ein Hof nachhaltig im Sinne des heute modernen Ansatzes von Corporate Social Responsibility 4.0.²⁹

4 Klimawandel und Weinbau

Da in der zumeist als sehr naturnah interpretierten Weinproduktion in nicht unerheblichem Ausmaß Treibhausgase freigesetzt werden, laufen in vielen Ländern Forschungsprojekte für nachhaltigen Weinbau. Als Basis für das österreichische Weinzertifizierungssystem wurden die Daten der Studie WEINKLIM³⁰ aus dem Jahr 2010 herangezogen, die aus diesem Grunde hier ausführlich zitiert wird. Die oben erwähnte Studie zur nachhaltigen Unternehmensführung an der Universität Ludwigshafen wird voraussichtlich erst nächstes Jahr publiziert. Weniger Information gibt es noch zum Thema „Wasser-Fußabdruck“ der Weinindustrie, auf den am Ende dieses Kapitels kurz eingegangen wird.

4.1 Klimawandel in den Weingärten

Der Klimawandel ist in den Weingärten spürbar angekommen. Schäden durch Hagel und Frost haben laut Erfahrungsberichten der Winzerschaft in ihrer Häufigkeit und Heftigkeit auch in ehemals verschonten Regionen zugenommen. Wärmebedingter früherer Austrieb der Rebstöcke und damit korrelierender früherer Lesezeitpunkt näher an den heißen Sommermonaten sind weitere Folgen. Die Herausforderung, in heißen Jahren frische Weine mit gutem Säure-Zucker-Verhältnis zu produzieren, wird aufgrund dieser schwierigen

²⁷ Vgl. Scharmer / Käufer (2014) S. 264.

²⁸ Vgl. ebenda, S. 103.

²⁹ Vgl. Walker (2016).

³⁰ Vgl. WEINKLIM. Weinbau im Klimawandel: Anpassungs- und Mitigationmöglichkeiten am Beispiel der Modellregion Traisental. Abschlussbericht (Status 31.3.2010).

Verhältnisse größer.³¹ Zudem treten vermehrt Schädlinge aus wärmeren Ländern wie die Amerikanische Rebzikade³² auf, und speziell 2016 führten die warmen Temperaturen vor allem in den Nächten kombiniert mit immer wieder auftretenden Regenfällen während der Sommermonate in den Weingärten zu großen Schäden bedingt durch die Pilze Peronospora und Oidium.

Aus diesen Gründen wurde 2010 im österreichischen Weinbaugebiet Traisental die Studie WEINKLIM³³ zum Einfluss des Klimawandels auf den Weinbau durchgeführt. Mit ihr sollte überprüft werden, inwieweit der prognostizierte Wandel – weiterer Temperaturanstieg und Verschiebung der Niederschläge vom Sommer- ins Winterhalbjahr – bereits zutrifft. Ziel war es, auf Basis der zu erwartenden Daten Anpassungsmaßnahmen an den Klimawandel und Maßnahmen zu seiner Reduktion zu entwickeln. Fünf Forschungsinstitute³⁴ kooperierten für die Studie mit neun Traisentaler Winzerinnen und Winzern³⁵ im Zeitraum von 2009 bis 2010, wofür die langjährigen Weinguts-Aufzeichnungen zu Weinanbau, Weinkeller, Verpackung und Vertrieb, Ist-Zustands-Erhebungen und Klimaauswertungen des Zeitraums 1971 bis 2008 die Datenbasis waren. Beauftragt war die Studie vom Landwirtschaftsministerium (BMLFUM) und dem Amt der NÖ Landesregierung geworden.

Mit der Studie konnte tatsächlich nachgewiesen werden, dass es in der Modellregion Traisental im untersuchten Zeitraum zu einem Temperaturanstieg von etwa 1,0 bis 1,5 °C gekommen war, und die Auswirkungen auf den Weinbau – früherer Austrieb und frühere Blüte der Rebstöcke und dadurch bedingte Traubenreife in einer Jahreszeit mit höheren Nachttemperaturen und frühere Erntetermine (man rechnet rund 100 Tage von Blüte bis Lese) – bereits bemerkbar sind. Die Traubenreife in einer wärmeren Jahreszeit bedingt einen schnelleren Säureabbau, was sich in der Weinqualität niederschlägt. Die Winzerschaft ist deshalb gefordert, entsprechende Maßnahmen im Weingarten (z. B. Laubmanagement) zu setzen, auf später reifende Klone zurückzugreifen oder in kühlere Lagen auszuweichen. Wärmere Temperaturen in den Frühjahrsmonaten bewahren die Weingärten übrigens nicht vor Spätfrösten. Ganz im Gegenteil, wie die Weinjahre 2010 und 2016 gezeigt haben, wo es auch in Regionen, die bisher als frostsicher galten, zu großen Ernteaussfällen kam.

Laut WEINKLIM lassen sich noch keine signifikanten Trends in Bezug auf die Niederschlagsmengen und ihre Verteilung übers Jahr erkennen. Die Aufzeichnungen im Zeitraum von 1971 bis 2008 deuten auf einen schwachen Trend von Niederschlags-

³¹ Anm. Die Autorin verweist hierfür auf ihren beruflich bedingten regen Austausch mit Winzerinnen und Winzern.

³² Anm. Die Amerikanische Rebzikade wurde 2004 erstmals in der Südsteiermark gesichtet und ist für die bakterielle Rebkrankheit „Goldene Vergilbung“ verantwortlich. Vgl. o. V. Umweltbundesamt (2016) online.

³³ WEINKLIM. Weinbau im Klimawandel: Anpassungs- und Mitigationmöglichkeiten am Beispiel der Modellregion Traisental.

³⁴ Universität für Bodenkultur, Lehr- und Forschungszentrum Klosterneuburg, SERI Nachhaltigkeitsforschungs- und Kommunikations GmbH, NÖ Weinbauverband, Austrian Institute of Technology

³⁵ Anm. Zusammengefasst im IKT, Interprofessionelles Komitee Traisental

Zunahmen für die Vegetationsperiode von März bis Oktober hin. Es wird allerdings darauf verwiesen, dass langfristige internationale Prognosen eher auf eine Abnahme der Regenfälle schließen lassen. Durch den generellen Temperaturanstieg kommt es bereits jetzt speziell in heißen Sommermonaten zu mehr Wasserbedarf in den Weingärten. Werden die Regenfälle in dieser Periode zusätzlich weniger, bedarf dies zukünftiger Maßnahmen wie Tröpfchen-Bewässerung der Rebstöcke und anderes Boden- und Laubmanagement, um den Trockenstress der Pflanzen zu mildern.

4.2 Wein-Treibhausgasemission

In der Weinproduktion werden lt. WEINKLIM neben Kohlendioxid (CO₂) weitere für die Landwirtschaft relevante Treibhausgase wie Lachgas (N₂O) und Methan (CH₄) freigesetzt.

Für die Studie wurde der Produktlebenszyklus von Wein hinsichtlich seiner gesamten Gasemission – die Gase wurden hierfür auf ihr CO₂-Äquivalent umgelegt – untersucht. Er umfasst die Prozess-Schritte Weingarten (Traubenproduktion)³⁶, Weinkeller (Traubenverarbeitung und Weinerzeugung)³⁷, Verpackung (Vertriebsvorbereitung)³⁸, Abfälle³⁹ und Vertrieb⁴⁰. Als relevant wurden in die Studie auch die Bodenemissionen miteinbezogen, die je nach Düngemittelgabe, Bodenstruktur und Bodenbearbeitung eine Kohlenstoff-Senkung⁴¹ oder Kohlenstoff-Quelle sein können. Ein Liter Wein wurde als funktionelle Einheit festgesetzt, um die Vergleichbarkeit zwischen Wein-Verpackungsgrößen (üblich sind 0,375 l, 0,75 l, 1 l, 1,5 l, usw.) und anderen Produkten zu gewährleisten.

4.2.1 CO₂-Emission und Einsparungsmöglichkeiten in der Weinproduktion

4.2.1.1 CO₂-Emission in der Weinproduktion

Unter Berücksichtigung aller oben genannten Faktoren wurde in WEINKLIM errechnet, dass für einen Liter Traisentaler Weins von Weingarten bis Verlassen des Kellers 1,7 kg CO_{2e}⁴² emittiert werden. Für den Transport zum Konsumenten kommen nochmals durchschnittlich

³⁶ Treibstoffverbrauch landwirtschaftlicher Maschinen (Herstellung und Verbrennung), Energieverbrauch Bewässerungsanlage, Herstellung und Einsatz von Pflanzenschutzmitteln (Art und Menge), Herstellung und Einsatz von Düngemitteln (Art und Menge), Bodenemissionen.

³⁷ Traubenmenge (eigener Anbau und Zukauf), Energieverbrauch (nach Energieträgern), anteilige Gebinde wie Fässer oder Tanks (Material, Füllmenge und Nutzungsdauer), Herstellung Weinbehandlungsmittel (Art und Menge), Herstellung Reinigungsmittel (Art und Menge).

³⁸ Herstellung Produktverpackung (Flaschen und andere Gebinde nach Füllmenge, Verschlüssen, Etiketten), Herstellung Transportverpackung (Karton).

³⁹ Entsorgung fester und flüssiger Abfälle aus dem Weinkeller.

⁴⁰ Transportemissionen (durchschnittliche Transportstrecke, Transportmittel, Anteil der jeweiligen Vertriebsform der vermarkteten Gesamtproduktion).

⁴¹ Anm. Ein Reservoir, das zeitweilig oder dauerhaft Kohlenstoff aufnimmt und speichert.

⁴² CO_{2e} bedeutet CO₂-äquivalente Treibhausgase. Vgl. Sustainable Business Tool Kit (2016) online.

0,2 CO_{2e} hinzu.⁴³ Durch die Verschiedenartigkeit der Betriebe unterliegt das Gesamtergebnis einer Schwankungsbreite von +/- 56 Prozent. Umgelegt auf einen Hektar Rebfläche bedeutet dies eine Emission von 2,4 t CO₂-Äquivalenten.⁴⁴

4.2.1.2 CO₂-Einsparungsmöglichkeiten in der Weinproduktion

4.2.1.2.1 Im Weingarten

Laut WEINKLIM liegen im Weingarten die größten Einsparungsmöglichkeiten im Dieselverbrauch der landwirtschaftlichen Maschinen und im Mineraldüngereinsatz.

4.2.1.2.2 Im Weinkeller

Im Weinkeller hat der Energieeinsatz (Kühlung usw.) den größten Einfluss und somit das bedeutendste Einsparungspotential; der Materialeinsatz für Gebinde, Weinbehandlungs- und Reinigungsmittel hat mäßigen Einfluss.

4.2.1.2.3 Bei der Verpackung

Der Einfluss der Verpackung ist mit einem Beitrag von rund 45 % zur Gesamtemission sehr groß und wird von allen Dingen durch die Produktion von Glasflaschen verursacht. Hier liegt großes Einsparungspotential in der Verwendung von leichteren Flaschen, da bei deren Herstellung und Transporten weniger CO₂ emittiert wird, und bei anderen Gebinden wie Bag-in-Box⁴⁵.

4.2.1.2.4 Bei den Abfällen

Abfälle aus dem Weingarten (u. a. Rebholz), die gehäckselt und in den Boden eingearbeitet werden, wirken sich positiv gegen CO₂-Emissionen der Weingartenböden aus.

4.2.1.2.5 Im Vertrieb

Im Vertrieb schlägt die sogenannte Last Mile – der Weg zu den Haushalten – bei Wein besonders zu Buche, wenn diese wie im Traisental großteils üblich durch Ab-Hof-Verkauf passiert. Es wird deshalb empfohlen, Lieferdienste anzubieten oder Ab-Hof-Verkäufe zu bündeln.

⁴³ Anm. Schwankung je nach Transportart wie Selbstabholung, Lieferwagen- oder Bahncargo, Container-Verschiffung etc. In der Versuchsregion Traisental überwiegt die Selbstabholung, weshalb die diesbezügliche Emission höher ist.

⁴⁴ Anm. Lt. Studie stammen hiervon rund drei Viertel aus den indirekten Treibhausgas- und Verbrennungs-Emissionen, ein Drittel wird durch Bodenemissionen freigesetzt.

⁴⁵ Anm. Für Mengen ab drei Liter Wein für den privaten Konsum und vor allem für die Gastronomie empfehlenswert und im angloamerikanischen und skandinavischen Raum bereits seit längerem gebräuchlich, in der Zwischenzeit auch für „bessere Weine“. Der Wein kommt durch das System nicht mit Luft in Kontakt und bleibt über Wochen frisch und haltbar. Das Volumen der Verpackung ist im Verhältnis zu Glasflaschen sehr gering und in der Herstellung bedeutend CO₂-emissionsärmer.

4.3 Wasser-Fußabdruck im Weinbau

„Whereas the carbon footprint for entire regions has been roughly estimated [...] and some strategies devised to reduce it, the water footprint is an issue that will affect agriculture in general. [...] Rising food demand and growing water scarcity will put increasing pressure on agriculture, which is currently using up approximately 70 % of the world's freshwater resources.“⁴⁶

Hans R. Schultz weist in seinem Artikel im Fachmagazin *Journal of Wine Economics* darauf hin, dass die Wasserwirtschaft nicht mehr regional, länderspezifisch oder kontinental betrachtet werden kann, weil indirekte Wasserimporte und -exporte durch die Globalisierung immer stärker zu Buche schlagen. So wird etwa der gesamteuropäische Wasser-Fußabdruck, also der Wasserverbrauch für sämtliche Wirtschaftsgüter Europas, durch indirekten Wasserimport auf andere Gebiete der Welt abgewälzt. Die Thematik der Wasserimporte eines Landes über Produkte (inklusive direkten Wasserverbrauchs für ihre Herstellung und indirekten für Verpackung, Transport usw.), ist im Kontext von wasserneutralen Produktionskosten in Ländern oder Lebensmittelketten mit Nachhaltigkeitsstrategien gerade erst am Aufkommen. Spanien alleine exportiert z. B. nach Großbritannien jährlich 189 Millionen m³ Wasser gebunden in Produkten aus der Traubenproduktion.⁴⁷ *Schultz* verweist darauf, dass man in manchen Ländern – Australien und Kalifornien – beginnt, solchen Zahlen Rechnung zu tragen und sie in der Weinproduktion zu berücksichtigen.⁴⁸

Die Menge direkt benötigten Wassers für die Produktion von Wein ist ebenfalls bemerkenswert. So fordern auch *Ollat et al*, dass der Wasser-Fußabdruck in der Weinproduktion berücksichtigt werden muss. In Weinregionen mit Bedarf an Bewässerung benötige man zwischen 100 und 200 Liter Wasser für die Produktion einer Flasche Wein.⁴⁹ Sie sehen zukünftig Konflikte um Land und Wasser dort entstehen, wo es darum geht, Weingartenflächen in kühlere Regionen zu verlegen und zu bewässern.

⁴⁶ Schultz (2016), S. 195.

⁴⁷ Vgl. Schultz (2016), zit. nach Champagain und Orr (2008) ebenda, S. 194.

⁴⁸ Vgl. ebenda, S. 194.

⁴⁹ Vgl. Ollat et al (2016), S. 142.

4.4 Gesamt-Fußabdruck einer Flasche Wein

An der Universität Bordeaux wurde eine Methode entwickelt, den Gesamtfußabdruck anhand des Lebenszyklus' einer Flasche Wein zu messen.⁵⁰ 136 Daten aus Weingarten, Weinproduktion, Verpackung (Primär-, Sekundär-, Tertiärverpackung), Abfall, Transport usw. flossen in die Berechnung ein.⁵¹

Gemessen wurde der Gesamtfußabdruck einer Flasche Wein erstmals für das Bordelaiser Weingut Château Larose Trintaudon, siehe Abb. 2. Demnach werden für eine 0,75-l-Flasche Rotwein aus dessen Produktion 1.155 g CO₂ emittiert und 6,2 Liter Wasser und 2,66 m² Biodiversität verbraucht. Die Methode ist skalierbar und für jede Art von Wein anwendbar.



Abb. 2: Fußabdruck einer Flasche Wein am Château Larose Trintaudon ⁵²

Die Zahlen weichen von denen der oben zitierten WEINKLIM-Studie 2010 ab, für die – so wird hier vermutet – mit Durchschnittszahlen der untersuchten Weingüter gerechnet wurde. In ihr kommt man auf den Wert von 1,9 kg CO_{2e} pro Liter Wein, in Bordeaux hochgerechnet auf 1,6 kg. Hier wäre ein Abgleich der Ausgangsdaten interessant und eine Analyse der divergierenden Ergebnisse.

⁵⁰ Vgl. Trébucq (2010), S. 2.

⁵¹ Anm. Die Daten wurden von Stéphane Trébucq zur Verfügung gestellt und basieren auf der Methode von Quantis Sustainability Counts, siehe www.quantis-intl.com.

⁵² Universität Bordeaux

5 Zertifizierungen in der Weinbranche

Grundsätzlich ist beim Wein zwischen Zertifizierungen nach Managementsystemen und nach der Produktionsmethode zu unterscheiden.

5.1 Zertifizierungen nach Managementsystemen

Das erste Qualitätsmanagementsystem nach der DIN-ISO-9000er-Reihe wurde Anfang der 1990er-Jahre für den britischen Markt für Weinhandelskellereien und ihre Eigen- und Handelsmarken entwickelt. Mit ihm sollten Lebensmittelsicherheit, gute Herstellungspraxis, Qualitätskontrolle und -sicherheit garantiert werden.⁵³ Gleichzeitig kam es zur EG-Verordnung über ökologischen Landbau mit Anforderungen und Kontrollsystem.

Der Zertifizierungswunsch im Bereich der Lebensmittelsicherheit geht stark vom LEH aus, was auch der direkte Anlass für die Entwicklung von Nachhaltig Austria war. Zusammenschlüsse gleichgesinnter Winzer, Interessensverbände der Branche, Handelsunternehmen und Berufsgenossenschaften fordern die Einhaltung von Richtlinien ein, die von eigenen (LEH) und unabhängigen Zertifizierenden kontrolliert werden. Hierzu auch *Michael Freund*: „Diese zunehmende Anzahl an Anforderungen stammt aus den Bereichen Qualität, Lebensmittelsicherheit, Umweltschutz, Arbeitssicherheit und Nachhaltigkeit in ihrer facettenreichen, fachgebietsübergreifenden Form.“⁵⁴

5.1.1 Zertifizierungen nach Managementsystemen international

International bestehen in folgenden Ländern bereits Nachhaltigkeits-Zertifizierungen für den Weinbau oder sind in Ausarbeitung: in Italien, Neuseeland, Chile, in den USA (Kalifornien) und Südafrika⁵⁵ auf vergleichbarer nationaler Ebene wie in Österreich. In Frankreich wurde die ISO 26000, der internationale Leitfaden für gesellschaftlich verantwortliches Handeln von Organisationen, für die Weinindustrie adaptiert und Mitte 2015 als „ISO 26000 de la filière vin“ publiziert, um den Weinbau- und Zuliefer- und Handelsbetrieben ein umfassendes Regelwerk in die Hand zu geben. Das nächste Ziel Frankreichs ist es, auf dieser Basis bis 2017 eine zertifizierbare Norm für den französischen Markt zu schaffen.⁵⁶

In Deutschland haben sich gleich mehrere Vereine organisiert, im Vergleich zu Österreich gibt es aber keine nationale Zertifizierung. Überregional relevant sind FairChoice⁵⁷, 2010 vom Deutschen Institut für Nachhaltige Entwicklung e. V. (DINE) an der Hochschule

⁵³ Vgl. Freund (2016), S. 237.

⁵⁴ Vgl. Freund ebenda, S. 241.

⁵⁵ Ulrich / Reinert (2016), S. 264.

⁵⁶ Filone (2016a).

⁵⁷ Vgl. o. V. FairChoice (2016) online.

Heilbronn mit bisher sechs zertifizierten Betrieben lanciert, und Fair'n Green⁵⁸, ein Verein, der 2013 gegründet wurde und zur Zeit 24 Mitglieder aus Deutschland und eines aus dem Elsass, Frankreich, hat.⁵⁹

Fair'n Green zeichnet sich dadurch aus, dass es seine 150 Kriterien mit Punkten gewichtet, um eine belastbare Bewertung zu erhalten. Die Kriterien sind in 28 Kategorien in den vier Abschnitten „Nachhaltige Betriebsführung“, „Nachhaltige Umwelt“, „Nachhaltige Gesellschaft“ und „Nachhaltige Wertschöpfung“ zusammengefasst. Der Austausch unter den Mitgliedern wird besonders gefördert, die Zertifizierung durch den Verein selbst wird mit begleitender Beratung, regelmäßigen Audits und einer verbindlichen Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung der Mitgliedsbetriebe um jeweils drei Prozent verbunden.⁶⁰

Die Autorin fände es begrüßenswert, wenn die Länder ihre Richtlinien auf einen Nenner brächten, um vergleichbar zu sein. Gemeinsame Forschung und Weiterentwicklung im Sinne von Ressourcenschonung und -bündelung, auch im Sinne des 17. Sustainable Development Goal: „Partnership for the Goals“. ISO 26000:2010 für den Weinsektor ist ausgearbeitet und könnte der zukünftige Standard für alle internationalen Nachhaltigkeitszertifizierungen der Weinbranche sein. Hierfür bedarf es der Freigabe durch Frankreich für den internationalen Weinsektor und die Bereitschaft der jeweiligen Länder, diesen Standard – gegebenenfalls mit nationalen Adaptierungen – zu übernehmen.

5.2 Zertifizierungen nach Weinproduktionsmethoden

Wie in allen (Lebensmittel-) Sparten werden die Labels auch beim Wein immer mehr und für die Konsumentinnen und Konsumenten unübersichtlicher. Regionale, nationale und internationale Bio- und Biodynamie-Logos, Zertifizierungen veganer und nachhaltiger Weine und die Labels regionaler und überregionaler Winzervereinigungen mit ihren individuellen Regelwerken machen die Kaufentscheidung auch mangels Hintergrundinformation zunehmend schwer.⁶¹

Wein ist ein Natur- und Kulturprodukt, ohne Eingriff und „Führung“ durch Menschen kann er nicht entstehen. Generell wird Wein als naturnahe betrachtet, nur wenigen Nicht-Fachleuten ist bewusst, wie viel Technik und weinfremde Substanzen bei seiner Produktion – speziell im günstigen Markensegment – eingesetzt werden können und werden. Neben den Dünge- und Spritzmitteln im Weingarten kommen oft auch im Weinkeller unzählige Stoffe und technische

⁵⁸ Vgl. Fair'n Green (2016) online.

⁵⁹ Vgl. Fair'n Green (2016) ebenda.

⁶⁰ Ulrich / Reinert (2016) S. 269.

⁶¹ Anm. Um Zertifizierungen im Lebensmittelbereich messbar und vergleichbar zu machen, wurde am Research Institute of Organic Agriculture FiBL das Monitoring-System „SMART – Sustainability Monitoring and Assessment RouTine“ auf Basis der SAFA-Guidelines entwickelt. Erste Evaluierungen wurden 2015 vorgenommen, unter ihnen die der Bio Partner Schweiz AG und im Weinbereich die des Bio-Weinhändlers Delinat. Auch NHA könnte evaluiert werden. www.fibl.org/en/themes/smart-en.html

Geräte zur Anwendung, um Gärung, Zucker-, Säure- und Alkoholgehalt zu beeinflussen, den Wein zu schönen⁶² und selbst seinen Geschmack zu verändern. Je nach Produktionsmethode wird vorgeschrieben, was zum Einsatz kommen darf oder muss (z. B. Kompostdünger in der Biodynamie).

5.2.1 Die Zertifizierungen nach Weinproduktionsmethoden in Österreich

In Österreich sind rund 10 % der Weingärten biologisch (oder biodynamisch) zertifiziert, rund zwei Drittel aller Weingüter arbeiten nach den Prinzipien der Integrierten Produktion, die restlichen 17 % sind ohne Angabe, siehe Abbildung 1.

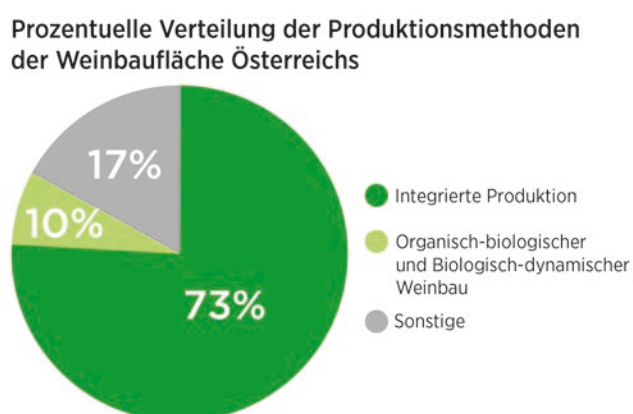


Abb. 3: Prozentuelle Verteilung der Produktionsmethoden der Weinbauflächen in Österreich⁶³

Zum näheren Verständnis ein grober Umriss über die unterschiedlichen Weinproduktionsmethoden⁶⁴:

5.2.1.1 Integrierte Produktion

Für diese Wein-Produktionsmethode gilt das österreichische Weingesetz, drei Viertel der österreichischen Weinbaufläche werden nach den Grundlagen der Integrierten Produktion bewirtschaftet. Sie gilt als Bindeglied zwischen konventioneller Landwirtschaft und biologischer Landwirtschaft, ist allerdings kein geschützter Begriff. Chemische Dünger, Herbizide und chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel sind – zum Teil mit Einschränkung – erlaubt, ebenso genmanipulierte Reinzuchtheften. Begrünung der Weingärten ist nicht verpflichtend. Hierzu der Direktor des Österreichischen Weinbauverband *Josef Glatt*: „Bei der integrierten Produktion sollen nach Möglichkeit die Nützlinge geschont

⁶² zu klären und zu stabilisieren

⁶³ ÖWM, Grüner Bericht

⁶⁴ Vgl. ÖWM (2016a) online.

werden und Pflanzenschutzmaßnahmen z. B. nur nach tatsächlicher Notwendigkeit gesetzt werden.“⁶⁵

5.2.1.2 Biologische Weinproduktion (EU-Gesetz)

10 % der Rebfläche in Österreich sind lt. EU-Gesetz biologisch zertifiziert. Auf das strengere Bio-Austria-Gesetz wird hier nicht näher eingegangen. Bei der EU-Zertifizierung muss nicht der gesamte Betrieb biologisch bewirtschaftet werden (bei Bio-Austria sehr wohl), erlaubt sind nur organische Dünger; Herbizide und chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel sind verboten. Reinzuchthefen sind erlaubt, genmanipulierte Hefen verboten, der Weingarten muss ganzjährig begrünt werden.

5.2.1.3 Biologisch-dynamische Weinproduktion

Rund 40 Betriebe in Österreich wirtschaften nach den von Rudolf Steiner initiierten biodynamischen Richtlinien und beziehen die Natur-Kreisläufe und Mondphasen in ihre Arbeit mit ein. Zwei Zertifizierungen sind in Österreich möglich: Demeter⁶⁶ und respekt-BIODYN⁶⁷. Zur Düngung darf nur biodynamischer Kompost verwendet werden, Herbizide, chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel und Reinzuchthefen (ausgenommen für Schaumwein) sind verboten, Begrünung und Handlese sind verpflichtend. Die Biodiversität (Bepflanzungen mit Obst- und Nussbäumen, Sträuchern, Kräutern, usw.) in den Weingärten soll gefördert werden, ebenso ist eine unabhängige Kreislaufwirtschaft des Betriebes mit Tierhaltung das Ziel.

6 Nachhaltig Austria

Zwei Jahre lang hat das Projektteam lt. Projektleiter *Franz Rosner* daran gearbeitet, die Bewertungskategorien für Nachhaltig Austria zu erstellen, für die technische Applikation wurden Testeingaben von 100 Winzern ausgewertet. 2015 war es erstmals möglich, sich zertifizieren zu lassen, an der ständigen Verbesserung des Gütesiegels wird gearbeitet. Zur Zeit sind fünf Masterstudenten mit dem Thema Nachhaltig Austria befasst; ihr Ziel ist es, NHA weiterzuentwickeln. Einer der Schwerpunkte hierbei ist die Glasflasche.⁶⁸ Sie ist, wie oben beschrieben, einer der großen CO₂-Emittenten in der Weinproduktionskette.

⁶⁵ Glatt (2016)

⁶⁶ Vgl. www.demeter.at

⁶⁷ Vgl. www.respekt-biodyn.bio

⁶⁸ Vgl. Rosner (2016a)

6.1 Die Rahmenbedingungen und Kriterien

2011 wurde vom Österreichischen Weinbauverband die Entwicklung einer Nachhaltigkeitszertifizierung für den Österreichischen Weinbau initiiert.⁶⁹ Grund dafür war neben den Auswirkungen des Klimawandels auf den Weinbau der Druck von Seiten des Lebensmittelhandels auf die Landwirtschaft. Handelsketten hatten bereits ihre eigenen Lebensmittel-Zertifizierungen entwickelt und zunehmend von den Zuliefernden eingefordert. Ein bürokratischer Mehraufwand, mit demselben Produkt unterschiedlichen Zertifizierungen entsprechen zu müssen. Um diesem im Weinbereich zuvorzukommen und ein einheitliches und international vergleichbares System bereitzustellen, wurde Nachhaltig Austria unter Einbeziehung internationaler Zertifizierungssysteme entwickelt und im Jänner 2015 von der Österreich Wein Marketing der Winzerschaft und Presse vorgestellt.

Für das Siegel wurden 61 Qualitätskriterien mit insgesamt 343 Maßnahmen zu den Themenbereichen Klimawandel, Materialverbrauch, Energie, Wasser, Biodiversität, Boden und Weinqualität, die die Triple Bottom Line⁷⁰ Ökologie, Ökonomie und Gesellschaft abdecken soll, erarbeitet. Jede Maßnahme wurde in entsprechende Nachhaltigkeitskriterien unterteilt⁷¹; die Qualitätskriterien unterliegen insgesamt 2.191 Bewertungskriterien, die in Interdependenzen zueinander stehen und auch negativ korrelieren können.

Sieben Fachleute der Höheren Bundeslehranstalt für Wein- und Obstbau Klosterneuburg, der Universität für Bodenkultur, des Österreichischen Weinbauverbands, der Landwirtschaftskammer Niederösterreich, des Instituts für Naturforschung und Ökologie, der SERI Nachhaltigkeitsforschungs- und Kommunikations GmbH und des AIT Austrian Institute of Technology haben mit ihren Teams für die Entwicklung des Siegels kooperiert. Die Projektleitung liegt bei *Franz Rosner*, Klosterneuburg, Projektträger ist für den Österreichischen Weinbauverband *Josef Glatt*.

6.2 Der aktuelle Stand

Zertifizierungen sind seit 2015 möglich. Mit aktuellem Stand, Anfang September 2016, sind 41 Winzerinnen und Winzer dem Aufruf gefolgt und dürfen ihre Weine mit dem Label Nachhaltig Austria etikettieren. Umgelegt auf die Rebfläche inklusive zugekaufter und gepachteter Weingärten bedeutet dies knapp 1.300 zertifizierte Hektar.⁷² Mit der weiteren Zertifizierung von 10 Weinbaubetrieben für das Weinjahr 2015, Einreichfrist war der 31. März 2016, Mitte September, wächst die Fläche auf rund 1.600 Hektar an, die Zahl der

⁶⁹ Vgl. Rosner (2014) S. 26.

⁷⁰ Die Triple Bottom Line steht für People (Gesellschaft), Planet (Ökologie), Profit (Ökonomie), die mit der Entwicklung der SDGs aufgingen in People, Planet, Prosperity, Peace und Partnership.

⁷¹ je sieben im Bereich Ökologie (Trauben- und Weinproduktion sowie Weingärten), je eines im Bereich Gesellschaft und Ökonomie.

⁷² Vgl. Glatt (2016)

zertifizierten Betriebe liegt bei 51. Idealistisches Ziel ist die Zertifizierung der gesamten Rebfläche Österreichs (46.000 Hektar), um eine internationale Vorreiterschaft einzunehmen und am Markt ein Signal zu setzen.⁷³

6.3 Wie funktioniert die Zertifizierung?

Die Dateneingabe ist mit der Registrierung auf der Website des Weinbaufachmagazins „Der Winzer“ www.der-winzer.at⁷⁴ oder über die Website des Österreichischen Weinbauverbands www.weinbauverband.at möglich. Mit der Dateneingabe erfolgt in einem ersten Schritt eine Selbstevaluierung, anhand derer das individuelle Verbesserungspotential in allen Bereichen aufgezeigt wird. In den einzelnen Prozessen der Eingabe werden Qualitätsziele und Maßnahmen angegeben. Ein Informationspunkt dient der Erläuterung der Maßnahme, ein weiterer Button der Information über die positive oder negative Ausprägung in den jeweiligen Nachhaltigkeitskategorien und die Interdependenzen. So kann eine positive Maßnahme in einem Bereich eine negative Auswirkung in einem anderen haben, z. B. stelle ich auf Elektrofuhrwerk um, sinkt zwar der Treibstoffverbrauch, steigt aber umgekehrt der Stromverbrauch.

Zur Veranschaulichung wird zusätzlich zur tabellarischen Auswertung ein Spinnendiagramm, siehe Abbildung 3, generiert. Liegt eine Bewertung im roten Bereich, kann keine Zertifizierung erfolgen. Maximal zwei Bewertungen dürfen im gelben Bereich liegen, um die Zertifizierung bei einer der beiden Kontrollstellen Iacon oder agroVet bis spätestens 31. März des laufenden Jahres beantragen zu können. Der Zertifizierungsprozess ist im positiven Fall bis Ende des darauffolgenden Septembers abgeschlossen.

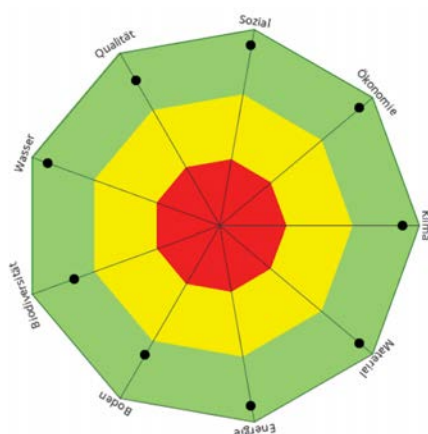


Abb. 4: Das Nachhaltig-Austria-Auswertungsdiagramm⁷⁵

⁷³ Vgl. Rosner (2016a)

⁷⁴ Medieninhaber ist der Österreichische Agrarverlag. Die indirekten Medieninhaber: 1. Über Optimal Präsent GmbH: Gesellschafter zu 100%: AV-Holding Beteiligungs GmbH. 2. Über AV-Holding Beteiligungs GmbH: Gesellschafter Raiffeisendruckerei Gesellschaft m.b.H. und fünf Treuhänder des Niederösterreichischen Bauernbundes zu ihren jeweiligen Beteiligungen.

⁷⁵ Österreichischer Weinbauverband

Rezertifizierung

Sämtliche Daten müssen im System jährlich aktualisiert werden, Weinbaubetriebe müssen sich alle drei Jahre einem Audit stellen, Weinhandelsbetriebe und Genossenschaften jährlich. Stichproben werden jährlich durchgeführt.

Zertifizierungs- und Lizenzkosten

Für die NHA-Zertifizierung inklusive zweier Kontrollstunden werden 330 Euro brutto von der Kontrollstelle eingehoben. Für die Nützung der Software und des NHA-Logos fallen jährlich weitere 100 Euro für Betriebe mit bis zu 50.000 Litern Weinproduktion an, für größere Betriebe 200 Euro. Traubenproduzenten zahlen keine Lizenzabgabe.⁷⁶

6.4 Das Nachhaltig-Austria-Logo

Das NHA-Logo, siehe Abbildung 5, wurde am Corporate Design der Österreich Wein Marketing ausgerichtet und darf in den vorgegebenen Farben und in Schwarz-Weiß sowie in der deutschen und englischen Variante verwendet werden. Ist ein Weinbaubetrieb zertifiziert, können Winzerin und Winzer das NHA-Logo am Flaschenetikett ihrer Weine anbringen und damit Werbung für den Betrieb machen.



Abb. 5: Logos Nachhaltig Austria



& Sustainable Austria ⁷⁷

6.5 Evaluierung und Ziele nach zwei Jahren Laufzeit aus Sicht des Projektträgers

Josef Glatt, Direktor des Österreichischen Weinbauverbands und Projektträger von Nachhaltig Austria, evaluiert das Gütesiegel nach der zweiten Zertifizierungsphase im September 2016.⁷⁸

⁷⁶ Vgl. Rosner (2016b) S. 35.

⁷⁷ Copyright ÖWM

⁷⁸ Glatt (2016)

Er bewertet Nachhaltig Austria folgendermaßen: „Nachdem wir im internationalen Vergleich ein sehr anspruchsvolles und ambitioniertes Programm ausgearbeitet haben, glaube ich, dass derzeit viele Betriebe vor dem Zertifizierungsaufwand zurückschrecken. Deswegen haben wir nach zwei Jahren auch noch nicht mehr Betriebe in der Zertifizierung, obwohl wir in den Auswertungen sehen, dass schon viele Betriebe probeweise Angaben im Onlinetool gemacht haben. Andererseits sind jene Betriebe, die sich bereits zertifiziert haben, durchwegs auch große und vor allem auch exportorientierte Betriebe, die den Wert einer derartigen Zertifizierung bereits zu schätzen wissen.“

Wenn Trauben zugekauft werden, sieht es mit ihrer Zertifizierung so aus: „Geringfügige Trauben- oder Weinzukäufe (bis 2000 kg/ha selbstbewirtschaftete Fläche) werden ohne Zertifizierung akzeptiert. Es geht ja dabei im Gegensatz zu Bio um die Feststellung eines allgemeinen Nachhaltigkeitsstatus eines Betriebes und nicht um ein einzelnes kg Traube. Bei größeren Zukäufen müssen die Zulieferfirmen ebenfalls kontrolliert und zertifiziert sein.“

Zur Zielsetzung von Nachhaltig Austria für die nächsten fünf Jahre hinsichtlich der Anzahl an Betrieben und Flächen sowie der Weiterentwicklung des Systems: „Unsere Ziele sind natürlich vor allem die Anzahl der Betriebe, die sich einer Zertifizierung unterziehen, deutlich zu steigern. Deswegen haben wir auch im heurigen Winter wieder einen Informationsschwerpunkt vorgesehen. Auch die Anforderungen an die Zertifizierung selbst sollen ständig verfeinert und weiterentwickelt werden. Dazu gibt es auch jedes Jahr eine Konferenz mit Stakeholdern, Wissenschaftlern und bereits zertifizierten Betrieben.“

Auf die Frage, ob es Pläne oder Überlegungen gibt, mit biozertifizierten Betrieben enger zu kooperieren, da von dieser Seite massive Kritik an NHA geäußert wird: „Den Biozertifizierten Betrieben wurde immer besonders ans Herz gelegt, sich auch in Richtung Nachhaltigkeit zertifizieren zu lassen. Tatsächlich haben wir ja bereits einige Betriebe, die für beides zertifiziert sind. Die angesprochene Kritik richtet sich immer auf die Tatsache, dass bei der Nachhaltigkeitszertifizierung die Anwendung von Herbiziden nicht verboten ist. Dem gegenüber wurde immer dargestellt, dass die Feststellung eines Nachhaltigkeitsstatus einmal grundsätzlich nicht von Verboten ausgeht. Vielmehr wird jede Tätigkeit, die gesetzt wird in Richtung Nachhaltigkeit bewertet. So ist eben der Einsatz von Herbiziden z.B. in Richtung ökologischer Nachhaltigkeit und Biodiversität natürlich sehr schlecht bewertet und der Betrieb muss sich in anderen Bereichen sehr viele positive Beurteilungen holen, um am Ende eine positive Bewertung zu bekommen. Andererseits gibt es durchaus auch Bereiche, in denen Herbizide dann wieder nicht so schlecht bewertet werden, wenn man z.B. an die Bodenverdichtung durch oftmaligen Traktoreinsatz denkt, bzw. an Erosion durch aufgelockerte Zeilen. Das gleiche trifft auch für den Kraftstoffverbrauch zu. Summa summarum soll aber der Einsatz von Herbiziden immer stärker eingeschränkt werden, z.B.

darf mit diesem Jahr nur mehr ein Streifen von maximal 40 cm pro Reihe mit Herbiziden behandelt werden.“

6.6 Aktuelle Kritik an Nachhaltig Austria

Die größte Kritik an Nachhaltig Austria kommt von Seiten der biologisch und biodynamisch arbeitenden Winzerschaft. Zur Zeit ist unter den 37 auf der Website der ÖWM angeführten NHA-Betrieben nur ein einziger bio-zertifiziert.⁷⁹

Grundsätzlich geht es der Winzerschaft darum, dass in biologischen und biodynamischen Weinbaubetrieben die Gesundheit der Böden und der Rebstöcke sowie die Unverfälschtheit der Weine im Vordergrund stehen. Für sie ist im Weingarten sehr streng reglementiert, welche Mittel und Methoden verwendet werden dürfen, in der Biodynamie auch im Weinkeller, siehe oben. Der Boden ist der Ursprung ihrer Produkte, er steht in der Wesentlichkeitsanalyse ganz oben.

Bei der NHA-Zertifizierung sind die Kriterien für Boden und Weinkeller vergleichbar weniger streng, da die Gesamtsumme aus den ökologischen, ökonomischen und gesellschaftlichen Kriterien zählt. Synthetische Spritzmittel sollen zum Beispiel zwar vermieden werden, sind aber erlaubt.

Hier die Zusammenfassung mehrerer Gespräche und der E-Mail-Korrespondenz mit führenden biologischen und biodynamischen Winzern.⁸⁰

Erstens und ganz oben in der Kritik: Nachhaltigkeit werde auch dann zertifiziert, wenn der für die Winzerschaft wesentlichste Bereich, der Weingarten, nicht im „notwendigen Maß“ nachhaltig bewirtschaftet wird. Glyphosat darf unter anderem zur Beikrautbekämpfung gespritzt werden, wodurch die gesamte Pflanzenwelt in den behandelten Bodenbereichen vernichtet wird. Vom Ausbringen des Herbizides bis zur Ernte müssen 90 Tage⁸¹ vergehen, ein Hinweis auf die Bedenklichkeit des Mittels. Auch seien die einmal jährlich durchgeführten Kontrollen, ob dieser Zeitraum eingehalten werde, nicht ausreichend. Und auch im Keller seien „viel zu viele Schritte⁸² möglich“. Das Argument, dass es durch die vermehrten Ausfahrten mit biologischen oder biodynamischen Spritzmitteln – da diese durch ihre geringere Wirksamkeit öfter ausgebracht werden müssen als synthetische – zu erhöhten Bodenverdichtungen komme, lassen sie nicht gelten. Bodenuntersuchungen bewiesen das genaue Gegenteil. Nämlich, dass in natürlich bewirtschafteten Böden viel mehr

⁷⁹ Stand 17. September 2016

⁸⁰ Die Befragungen fanden im Zeitraum zwischen 1. und 12. August 2016 per E-Mail und im persönlichen Gespräch statt. Aus Gründen der Vertraulichkeit werden die Namen der befragten Winzer nicht genannt.

⁸¹ Anm. Das bedeutet somit beinahe über die gesamte Zeit von Austrieb bis Ernte (man rechnet rund 100 Tage).

⁸² Eingriffe

Regenwürmer und Mikroorganismen aktiv seien und zur Auflockerung und somit auch Wasserdurchlässigkeit der Erde beitragen.

Zweitens komme das Siegel aufgrund mangelnder Kommunikation nicht richtig bei den Kunden an, da diese nicht wüssten, nach welchen Kriterien es verliehen werde. Nachhaltigkeit werde mit naturnaher Bewirtschaftung gleichgesetzt und nicht mit synthetischen Düngern und Spritzmitteln.

Drittens sei das Siegel international nicht vergleichbar, da es im österreichischen Alleingang und ohne Koordination mit anderen Ländern entstanden ist.

Viertens sei das Siegel eines unter vielen und schaffe nur noch mehr Verwirrung. Grundsätzlich könne Nachhaltigkeit nur dort gegeben sein, wo die Winzerschaft sich vom vorgegebenen „Tropf des Pflanzenschutzes und der Düngung“ befreie, nachdenke und umdenke.

Fünftens werde der CO₂-Verbrauch in der Herstellung der Betriebsmittel wie Dünger und Spritzmittel zu wenig beachtet. Man müsse die Mittel anführen und mit Energie-Werten versehen, um valide Vergleiche ziehen zu können, da die CO₂-Emission bei der Produktion von synthetischen Pflanzenschutzmitteln und Stickstoff-Düngern vergleichsweise sehr hoch ist. Der durch die vermehrten Ausfahrten im biologischen Weinbau erhöhte Dieserverbrauch werde dadurch in der Gesamtbilanz im Verhältnis wieder relativiert. Der hohe Dieserverbrauch ist ein Vorwurf, den die Bio-Winzerschaft sehr häufig als Argument gegen ihre Bewirtschaftungsweise höre, weshalb diese eine stichhaltige Untersuchung unter Einbeziehung aller relevanten Daten fordere.

Sechstens, dass die Re-Zertifizierung nur alle drei Jahre und ohne verpflichtende Verbesserungen, wie es etwa der Verein Fair'n Green fordert⁸³, erfolge.

Siebtens weise die Zertifizierung insgesamt Mängel auf, da die biologische Bewirtschaftung in ihrer Gesamtheit nicht berücksichtigt werde. Hierfür ein Beispiel: Beim Kriterium „Sachgerechte Düngung“ wird in der Eingabe nach einer Bodenanalyse verlangt, obwohl Bio-Winzer eine solche nicht benötigen und deshalb die Frage auch nicht mit „ja“ beantworten können, was in der Bewertung negativ beurteilt wird. Es wird dafür plädiert, durch die Angabe des Bio-Zertifikats einen entsprechenden Bonus im Eingabetool zu generieren und irrelevante Fragen zu deaktivieren.

Resümee aus Sicht der Bio-Winzerschaft: Solange Nachhaltig Austria nicht die biologische Bewirtschaftung zur Grundlage habe oder zumindest ein zweistufiges Siegel „Nachhaltig

⁸³ Anm. Verbesserungsleistung jährlich um 3 %, der Verein stellt dafür Beratung und Unterstützung zur Verfügung.

Austria & bio“ und „Nachhaltig Austria“ anbiete, käme eine Mitgliedschaft für sie nicht in Frage.

7 Die wesentlichen Kernthemen der ISO 26000 und Targets der SDGs für den Weinbau

Grundsätzlich ist vor der Entwicklung einer CSR-Strategie, eines Managementsystems oder eben eines Zertifizierungslabels immer eine Wesentlichkeitsanalyse vorzunehmen und daher vom „Prinzip der Wesentlichkeit“ auszugehen, abgebildet in der ISO 26000 unter Punkt 7.3: „Understanding the social responsibility of an organization“ und hier im Besonderen unter 7.3.1. „Due diligence: Due diligence in the context of social responsibility is a comprehensive, proactive process to identify the actual and potential negative social, environmental and economic impacts of an organization's decisions and activities, with the aim of avoiding and mitigating those impacts. [...] In any due diligence process, an organization should consider the country context in which it operates or in which its activities take place.“ und 7.3.2 „Determining relevance and significance of core subjects and issues to an organization.“ Und weiter: „Determining relevance: All the core subjects, but not all issues, have relevance for every organization. An organization should review all core subjects to identify which issues are relevant.“ (7.3.2.1).⁸⁴

7.1 Die wesentlichen Kernthemen der ISO 26000 für den Weinbau

Im Sinne allumfassender gesellschaftlicher Verantwortung sind alle sieben Grundsätze und Kernthemen der ISO 26000 für den Weinbau wesentlich. Naturgemäß ist das Kernthema Umwelt als besonders bedeutsam identifiziert, siehe auch NHA-Kriterienkatalog im Anhang, in dem es durch besonders viele Kriterien abgebildet ist und demzufolge in vielen Umwelt-Handlungsfeldern seine Entsprechung findet. Wie man an untenstehender Tabelle ablesen kann, sind alle drei Weinbau-Bereiche „Weingartenanlage“, „Traubenproduktion“ und „Weinproduktion“ diesem Kernthema zugeordnet.

⁸⁴ Vgl. ISO/FDIS 26000:2010(E), S. 70 f.

7.1.1 Die wesentlichen Handlungsfelder der ISO 26000 für den Weinbau

Kernthema	Handlungsfelder	Weinbau-Anwendungsbereiche
Organisationsführung		allgemein anwendbar
Menschenrechte⁸⁵	1: Gebührende Sorgfaltspflicht (Due Diligence)	Lieferkette und Mitarbeitende
	2: Menschenrechte in kritischen Situationen	Lieferkette
	3: Mittäterschaft vermeiden	Lieferkette
	5: Diskriminierung und schutzbedürftige Gruppen	Mitarbeitende
	7: Wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte	Lieferkette
	8: Grundlegende Prinzipien und Rechte der Arbeit	Lieferkette und Mitarbeitende
Arbeitspraktiken⁸⁶	1: Beschäftigung und Beschäftigungsverhältnisse	Mitarbeitende
	2: Arbeitsbedingungen und Sozialschutz	Mitarbeitende
	3: Sozialer Dialog	Mitarbeitende
	4: Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz	Mitarbeitende
	5: Menschliche Entwicklung und Schulung am Arbeitsplatz	Mitarbeitende
Umwelt⁸⁷	1: Vermeidung der Umweltbelastung	in allen Weinbaubereichen: Weingartenanlage, Traubenproduktion, Weinerzeugung
	2: Nachhaltige Nutzung von Ressourcen	in allen Weinbaubereichen: Weingartenanlage, Traubenproduktion, Weinerzeugung
	3: Abschwächung des Klimawandels und Anpassung	in allen Weinbaubereichen: Weingartenanlage, Traubenproduktion, Weinerzeugung
	4: Umweltschutz, Artenvielfalt und Wiederherstellung natürlicher Lebensräume	Weingartenanlage

⁸⁵ Die Achtung der Menschenrechte ist die Grundlage für alle Maßnahmen und Aktivitäten. Jede Organisation sollte für die Achtung der Menschenrechte Sorge tragen und dort, wo es ihr möglich ist, auch Maßnahmen zur Förderung und zum Schutz dieser Rechte ergreifen. Zitiert aus: Bundesministerium für Arbeit und Soziales, S. 16.

⁸⁶ Die Arbeitspraktiken von Organisationen haben einen großen Einfluss auf die Achtung der Rechtsstaatlichkeit und das in einer Gesellschaft herrschende Gerechtigkeitsgefühl. Gesellschaftlich verantwortliche Arbeitspraktiken werden als unverzichtbar für soziale Gerechtigkeit, Stabilität und Frieden erachtet. Zitiert aus ebenda, S. 17.

⁸⁷ Organisationen sollten sich bei ihren Aktivitäten der eigenen Verantwortung für die Umwelt bewusst werden, Umweltauswirkungen sorgfältig identifizieren und den Schutz der Umwelt in ihren Entscheidungen angemessen reflektieren. Grundsätzlich sollten deshalb Organisationen die Umweltauswirkungen reduzieren, abschwächen oder vermeiden, den Verbrauch natürlicher Ressourcen/pro Kopf nachhaltig gestalten und ökologische Grenzen erkennen und einhalten. Zitiert aus ebenda, S. 18.

Kernthema	Handlungsfelder	Weinbau-Anwendungsbereiche
Faire Betriebs- und Geschäftspraktiken⁸⁸	1: Korruptionsbekämpfung	Lieferkette, Kunden, Investition, Kommunikation nach außen
	2: Verantwortungsbewusste politische Mitwirkung	Kommunikation, Vereinstätigkeiten, regionale Komitees, ...
	3: Fairer Wettbewerb	Kommunikation, Lieferkette, Kunden, Investitionen (Rebflächen, ...)
	4: Gesellschaftliche Verantwortung in der Wertschöpfungskette fördern	Lieferkette, Kunden
	5: Eigentumsrechte achten	Kommunikation (Copyrights)
Konsumenteninteressen⁸⁹	1: Faire Werbe-, Vertriebs- und Vertragspraktiken sowie sachliche und unverfälschte, nicht irreführende Information	Kommunikation nach außen
	2: Schutz vor Gesundheit und Sicherheit der Konsumenten	Weingartenanlage, Weinproduktion
	3: Nachhaltiger Konsum	Alkoholmissbrauch und Angaben zur Lagerung und Haltbarkeit der Weine
	4: Kundendienst, Beschwerdemanagement und Schlichtungsverfahren	Lieferungen, Korkfehler, ...
	5: Schutz und Vertraulichkeiten von Kundendaten	Kommunikation
	7: Verbraucherbildung und Sensibilisierung	Kommunikation
Einbindung und Entwicklung der Gemeinschaft⁹⁰	1: Einbindung der Gemeinschaft	Vereinstätigkeiten, Winzergruppierungen
	2: Bildung und Kultur	traditionelle Weinkultur auch im Sinne von Rebsorten
	3: Schaffung von Arbeitsplätzen und berufliche Qualifizierung	Lehrstellen und Praktika am Weingut
	4: Technologien entwickeln und den Zugang ermöglichen	Zusammenschlüsse für gemeinsame Weiterentwicklung und Austausch
	5: Wohlstand und Einkommen	Investitionen intern und extern
	6: Gesundheit	Kommunikation
	7: Investition zugunsten des Gemeinwohls	Investment und Sponsoring

⁸⁸ Im Kontext gesellschaftlicher Verantwortung beziehen sich faire Betriebs- und Geschäftspraktiken darauf, wie eine Organisation ihre Beziehung zu anderen Organisationen gestaltet, z. B. durch vorbildliches Verhalten in ihrem Einflussbereich. Zitiert aus ebenda, S. 19.

⁸⁹ Organisationen, die Dienste oder Waren anbieten oder verkaufen, haben dafür die Verantwortung gegenüber dem Abnehmer oder Nutzer. Dazu gehören das Vermitteln korrekter Informationen sowie über die Nutzung und etwaige Risiken aufzuklären. Ebenso sollten Organisationen einen nachhaltigen Konsum fördern. Zitiert aus ebenda, S. 20.

⁹⁰ Eine Organisation sollte die Gemeinschaft in ihre Aktivitäten einbeziehen, damit sie einen positiven Beitrag zu deren Entwicklung leisten kann. Sowohl die Einbindung als auch die Entwicklung der Gemeinschaft sind integraler Bestandteil nachhaltiger Entwicklung. Zitiert aus ebenda, S. 22.

7.2 Die wesentlichen SDGs und ihre Targets für den Weinbau

Siebzehn Sustainable Development Goals wurden von der UNO definiert, fast alle sind auf den Weinbau zutreffend. Wie oben erwähnt, wurden diese für den Sektor identifiziert: 2. Zero Hunger, 3. Good Health and Well Being; 4. Quality Education; 5. Gender Equality; 6. Clean Water and Sanitation; 7. Affordable and Clean Energy; 8. Decent Work and Economic Growth; 9. Industrie, Innovation and Infrastructure; 10. Reduced Inequality; 11. Sustainable Cities and Communities; 12. Responsible Consumption and Production; 13. Climate Action; 15. Life on Land; 17. Partnership for the Goals.

Innerhalb der Ziele sind naturgemäß viele der Unterziele für den Weinbau relevant. Zur Veranschaulichung die etwas längere Gegenüberstellung in der Arbeit selbst und nicht im Anhang, da die Targets durch ihre für das nähere Verständnis nötigen Definitionen nicht einfach nur aufgelistet werden können.

SDGs	Targets	Weinbau-Anwendungsbereiche
2. ZERO HUNGER: End hunger, achieve food security and improved nutrition and promote sustainable agriculture	2.4 By 2030, ensure sustainable food production systems and implement resilient agricultural practices that increase productivity and production, that help maintain ecosystems, that strengthen capacity for adaptation to climate change, extreme weather, drought, flooding and other disasters and that progressively improve land and soil quality	Weingartenanlage, Traubenproduktion, Weinerzeugung
3. GOOD HEALTH AND WELL BEING: Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages	3.8 Achieve universal health coverage, including financial risk protection, access to quality essential health-care services and access to safe, effective, quality and affordable essential medicines and vaccines for all	Ernte- und Saisonpersonal
	3.9 By 2030, substantially reduce the number of deaths and illnesses from hazardous chemicals and air, water and soil pollution and contamination	Weingartenarbeit
	3.d Strengthen the capacity of all countries, in particular developing countries, for early warning, risk reduction and management of national and global health risks	auf die Weinbranche weltweit und im Gesamt zutreffend
4. QUALITY EDUCATION: Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all	4.5 By 2030, eliminate gender disparities in education and ensure equal access to all levels of education and vocational training for the vulnerable, including persons with disabilities, indigenous peoples and children in vulnerable situations	zutreffend für das gesamte Personal am Weingut (Büro)

SDGs	Targets	Weinbau-Anwendungsbereiche
	4.7 By 2030, ensure that all learners acquire the knowledge and skills needed to promote sustainable development, including, among others, through education for sustainable development and sustainable lifestyles, human rights, gender equality, promotion of a culture of peace and non-violence, global citizenship and appreciation of cultural diversity and of culture's contribution to sustainable development	zutreffend für das gesamte Personal am Weingut
5. GENDER EQUALITY: Achieve gender equality and empower all women and girls	5.1 End all forms of discrimination against all women and girls everywhere	zutreffend für das gesamte Personal am Weingut
	5.4 Recognize and value unpaid care and domestic work through the provision of public services, infrastructure and social protection policies and the promotion of shared responsibility within the household and the family as nationally appropriate	generell zutreffend, auch privat
	5.5 Ensure women's full and effective participation and equal opportunities for leadership at all levels of decision-making in political, economic and public life	zutreffend für das gesamte Personal am Weingut
	5.a Undertake reforms to give women equal rights to economic resources, as well as access to ownership and control over land and other forms of property, financial services, inheritance and natural resources, in accordance with national laws	Erbfolge am Weingut
	5.b Enhance the use of enabling technology, in particular information and communications technology, to promote the empowerment of women	generell zutreffend, Ausbildung der Kinder
6. CLEAN WATER AND SANITATION: Ensure availability and sustainable management of water and sanitation for all	6.3 By 2030, improve water quality by reducing pollution, eliminating dumping and minimizing release of hazardous chemicals and materials, halving the proportion of untreated wastewater and substantially increasing recycling and safe reuse globally	Weingartenanlage (Grundwasser), Traubenproduktion (Bewässerung), Weinerzeugung
	6.4 By 2030, substantially increase water-use efficiency across all sectors and ensure sustainable withdrawals and supply of freshwater to address water scarcity and substantially reduce the number of people suffering from water scarcity	Weingartenanlage (Grundwasser), Traubenproduktion (Bewässerung), Weinerzeugung
7. AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY: Ensure access to affordable, reliable, sustainable and modern energy for all	7.2 By 2030, increase substantially the share of renewable energy in the global energy mix	Weingut: Weinproduktion, Gebäude, Fuhrpark, ...
	7.3 By 2030, double the global rate of improvement in energy efficiency	Weingut: Weinproduktion, Gebäude, Fuhrpark, ...

SDGs	Targets	Weinbau-Anwendungsbereiche
8. DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH: Promote sustained, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all	8.1 Sustain per capita economic growth in accordance with national circumstances and, in particular, at least 7 per cent gross domestic product growth per annum in the least developed countries	auf die Weinbranche weltweit und im Gesamt zutreffend
	8.2 Achieve higher levels of economic productivity through diversification, technological upgrading and innovation, including through a focus on high-value added and labour-intensive sectors	Weingut gesamt
	8.3 Promote development-oriented policies that support productive activities, decent job creation, entrepreneurship, creativity and innovation, and encourage the formalization and growth of micro-, small- and medium-sized enterprises, including through access to financial services	zutreffend für das gesamte Personal am Weingut
	8.5 By 2030, achieve full and productive employment and decent work for all women and men, including for young people and persons with disabilities, and equal pay for work of equal value	zutreffend für das gesamte Personal am Weingut
	8.7 Take immediate and effective measures to eradicate forced labour, end modern slavery and human trafficking and secure the prohibition and elimination of the worst forms of child labour, including recruitment and use of child soldiers, and by 2025 end child labour in all its forms	Lieferkette, Investment
	8.8 Protect labour rights and promote safe and secure working environments for all workers, including migrant workers, in particular women migrants, and those in precarious employment	Ernte- und Saisonpersonal
	8.9 By 2030, devise and implement policies to promote sustainable tourism that creates jobs and promotes local culture and products	Agrotourismus
9. INDUSTRIE, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE: Build resilient infrastructure, promote inclusive and sustainable industrialization and foster innovation	9.1 Develop quality, reliable, sustainable and resilient infrastructure, including regional and transborder infrastructure, to support economic development and human well-being, with a focus on affordable and equitable access for all	Weingut gesamt
	9.2 Promote inclusive and sustainable industrialization and, by 2030, significantly raise industry's share of employment and gross domestic product, in line with national circumstances, and double its share in least developed countries	auf die Weinbranche weltweit und im Gesamt zutreffend
	9.3 Increase the access of small-scale industrial and other enterprises, in particular in developing countries, to financial services, including affordable credit, and their integration into value chains and markets	auf die Weinbranche weltweit und im Gesamt zutreffend

SDGs	Targets	Weinbau-Anwendungsbereiche
	9.4 By 2030, upgrade infrastructure and retrofit industries to make them sustainable, with increased resource-use efficiency and greater adoption of clean and environmentally sound technologies and industrial processes, with all countries taking action in accordance with their respective capabilities	auf die Weinbranche weltweit und im Gesamt zutreffend
10. REDUCED INEQUALITY: Reduce inequality within and among countries	10.1 By 2030, progressively achieve and sustain income growth of the bottom 40 per cent of the population at a rate higher than the national average	Ernte- und Saisonpersonal
	10.2 By 2030, empower and promote the social, economic and political inclusion of all, irrespective of age, sex, disability, race, ethnicity, origin, religion or economic or other status	zutreffend für das gesamte Personal am Weingut, Lieferkette
	10.3 Ensure equal opportunity and reduce inequalities of outcome, including by eliminating discriminatory laws, policies and practices and promoting appropriate legislation, policies and action in this regard	zutreffend für das gesamte Personal am Weingut; Lieferkette, Vertrieb, Investment
	10.4 Adopt policies, especially fiscal, wage and social protection policies, and progressively achieve greater equality	Personal, Lieferkette, Vertrieb, Investment
11. SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES: Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable	11.4 Strengthen efforts to protect and safeguard the world's cultural and natural heritage	Kulturlandschaft Weingärten
	11.a Support positive economic, social and environmental links between urban, peri-urban and rural areas by strengthening national and regional development planning	Kulturlandschaft Weingärten
12. RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION: Ensure sustainable consumption and production patterns	12.1 Implement the 10-year framework of programmes on sustainable consumption and production, all countries taking action, with developed countries taking the lead, taking into account the development and capabilities of developing countries	Weingartenanlage, Traubenproduktion, Weinerzeugung
	12.2 By 2030, achieve the sustainable management and efficient use of natural resources	Weingartenanlage, Traubenproduktion, Weinerzeugung
	12.4 By 2020, achieve the environmentally sound management of chemicals and all wastes throughout their life cycle, in accordance with agreed international frameworks, and significantly reduce their release to air, water and soil in order to minimize their adverse impacts on human health and the environment	Weingartenanlage, Traubenproduktion, Weinerzeugung
	12.5 By 2030, substantially reduce waste generation through prevention, reduction, recycling and reuse	Glasflaschen, Karton, Verpackung generell, Paletten, ...

SDGs	Targets	Weinbau-Anwendungsbereiche
	12.6 Encourage companies, especially large and transnational companies, to adopt sustainable practices and to integrate sustainability information into their reporting cycle	Lieferkette
	12.7 Promote public procurement practices that are sustainable, in accordance with national policies and priorities	Lieferkette
	12.8 By 2030, ensure that people everywhere have the relevant information and awareness for sustainable development and lifestyles in harmony with nature	Stakeholder-Kommunikation nach innen und außen
	12.b Develop and implement tools to monitor sustainable development impacts for sustainable tourism that creates jobs and promotes local culture and products	Agrotourismus
13. CLIMATE ACTION: Take urgent action to combat climate change and its impacts	13.1 Strengthen resilience and adaptive capacity to climate-related hazards and natural disasters in all countries	auf die Weinbranche weltweit und im Gesamt zutreffend
	13.3 Improve education, awareness-raising and human and institutional capacity on climate change mitigation, adaptation, impact reduction and early warning	auf die Weinbranche weltweit und im Gesamt zutreffend
15. LIFE ON LAND: Protect, restore and promote sustainable use of terrestrial ecosystems, sustainably manage forests, combat desertification, and halt and reverse land degradation and halt biodiversity loss	15.1 By 2020, ensure the conservation, restoration and sustainable use of terrestrial and inland freshwater ecosystems and their services, in particular forests, wetlands, mountains and drylands, in line with obligations under international agreements	Weingartenanlage, Traubenproduktion, Weinerzeugung
	15.5. Take urgent and significant action to reduce the degradation of natural habitats, halt the loss of biodiversity and, by 2020, protect and prevent the extinction of threatened species	Weingartenanlage
	15.b Mobilize and significantly increase financial resources from all sources to conserve and sustainably use biodiversity and ecosystems	Investitionen, Investment
17 PARTNERSHIP FOR THE GOALS: Strengthen the means of implementation and revitalize the global partnership for sustainable development	TECHNOLOGY 17.6 Enhance North-South, South-South and triangular regional and international cooperation on and access to science, technology and innovation and enhance knowledge sharing on mutually agreed terms, including through improved coordination among existing mechanisms, in particular at the United Nations level, and through a global technology facilitation mechanism	Internationale Kooperationen auf Regierungsebene oder der Weinbauverbände

SDGs	Targets	Weinbau-Anwendungsbereiche
	SYSTEMIC ISSUES <i>Multi-stakeholder partnerships</i> 17.16 Enhance the global partnership for sustainable development, complemented by multi-stakeholder partnerships that mobilize and share knowledge, expertise, technology and financial resources, to support the achievement of the sustainable development goals in all countries, in particular developing countries	Internationale Kooperationen auf Regierungsebene, der Weinbauverbände oder Universitäten und Forschungseinrichtungen
	<i>Multi-stakeholder partnerships</i> 17.17 Encourage and promote effective public, public-private and civil society partnerships, building on the experience and resourcing strategies of partnerships	Internationale Kooperationen auf Regierungsebene, der Weinbauverbände oder Universitäten und Forschungseinrichtungen

7.3 Abgleich der NHA-Kriterien mit der ISO 26000 und den SDGs

In einem nächsten Schritt sollte herausgefunden werden, inwieweit die Kriterien von Nachhaltig Austria den Handlungsfeldern der ISO 26000 und den Zielen der SDGs entsprechen und alle oben identifizierten Handlungsfelder und Targets berücksichtigt werden. Die Gesamtauswertung siehe Tabellen 3, gegliedert in Ökologie, Soziales und Ökonomie, im Anhang.⁹¹ Die Autorin möchte darauf hinweisen, dass es aufgrund des vorgegebenen geringen Umfangs der vorliegenden Arbeit und der knappen Zeitressource hier zu Ungenauigkeiten kommen konnte.

7.3.1 Abgleich mit den Handlungsfeldern der ISO 26000

Anhand der erwähnten Tabellen im Anhang mit den Kernthemen und Handlungsfeldern der ISO 26000 in der rechten Spalte⁹² ist gut ersichtlich, dass das Kernthema Umwelt in der Tabelle „Ökologie“ in allen NHA-Bereichen den wesentlichsten Bereich einnimmt. Nachholbedarf gibt es vor allem in den Kernfeldern Menschenrechte, Faire Betriebs- und Geschäftspraktiken und Konsumentenangelegenheiten.

⁹¹ „NHA-Ökonomie/Soziales/Ökologie abgebildet in SDGs und ISO 26000“

⁹² Organisationsführung (OF), Menschenrechte (MR), Arbeitspraktiken (AP), Umwelt (UW), Faire Betriebs- & Geschäftspraktiken (FBGP), Konsumentenangelegenheiten (KA), Einbindung und Entwicklung der Gemeinschaft (EEG)

Die Ergebnisse im Einzelnen

Die Zahlen in Klammern geben an, wie oft ein Handlungsfeld in den NHA-Kriterien abgebildet wird, um seine Gewichtung zu sehen.

Organisationsführung: betrifft alle NHA-Kriterien in der Tabelle „Ökonomie“, in der Tabelle „Ökologie“ den Bereich Weinerzeugung

Menschenrechte: Handlungsfelder 2 (2 x), 3 (1 x), 5 (3 x), 6 (1 x); nicht abgebildet 4, 7, 8

Arbeitspraktiken: Handlungsfelder 1 (3 x), 2 (1 x), 3 (4 x), 5 (1 x); nicht abgebildet 4

Umwelt: betrifft alle NHA-Kriterien in der Tabelle Ökologie; alle abgebildet

Faire Betriebs- und Geschäftspraktiken: 4 (3 x); nicht abgebildet 1, 2, 3, 5

Konsumenten Anliegen: 1 (4 x), 4 (2 x), 5 (1 x), 7 (3 x); nicht abgebildet 2, 3

Einbindung und Entwicklung der Gemeinschaft: 1 (1 x), 3 (1 x), 4 (5 x), 5 (3 x), 6 (4 x), 7 (2 x); nicht abgebildet 2

7.3.2 Abgleich mit den Targets der SDGs

Die NHA-Kriterien sind insgesamt relativ gut in den SDGs abgebildet, gar keine Anwendung finden allerdings Reduced Inequality (10), Climate Action (13) und Partnership for the Goals (17).

Die Ergebnisse im Einzelnen

2. Zero Hunger: alle relevanten Targets abgebildet (2.4)
3. Good Health and Well Being: alle relevanten Targets abgebildet (3.8, 3.9, 3.d)
4. Quality Education: ein Target abgebildet (4.7), ein Target nicht abgebildet (4.5)
5. Gender Equality: Targets abgebildet (5.1, 5.5), Targets nicht konkret abgebildet (5.4, 5.a, 5.b)
6. Clean Water and Sanitation: alle relevanten Targets abgebildet (6.3, 6.4)
7. Affordable and Clean Energy: alle relevanten Targets abgebildet (7.2., 7.3)
8. Decent Work and Economic Growth: alle relevanten Targets abgebildet (8.1, 8.2, 8.3, 8.5, 8.7, 8.8, 8.9)
9. Industrie, Innovation and Infrastructure: alle relevanten Targets abgebildet (9.1, 9.2, 9.3, 9.4)
10. Reduced Inequality: kein Target abgebildet (Überschneidungen mit Goal 8)
11. Sustainable Cities and Communities: ein Target abgebildet (11.4), ein Target nicht abgebildet (11.a)
12. Responsible Consumption and Production: Targets abgebildet (12.1 bis 12.7), Targets nicht abgebildet (12.8, 12.b)
13. Climate Action: kein Target abgebildet (13.1, 13.3)
15. Life on Land: alle relevanten Targets abgebildet (15.1, 15.5, 15.b)
17. Partnership for the Goals: kein Target abgebildet (17.7, 17.16, 17.17)

7.4 Zusammenfassung der Ergebnisse

Basierend auf der in der vorliegenden Arbeit vorgenommenen Wesentlichkeitsanalyse kann festgehalten werden, dass sehr viele Inhalte der SDGs und ISO 26000 sich in den Kriterien von Nachhaltig Austria wiederfinden. Bei einigen Handlungsfeldern und Zielen sollte allerdings nachgebessert werden, manche Bereiche sind noch zur Gänze ausgespart.

A ISO 26000: Das Thema **Organisationsführung** ist bereits in den NHA-Ökonomie-Kriterien gut verankert, es fehlt jedoch der über allem stehende integrative Ansatz. Dieser findet sich auch nicht in der Kommunikation mit der Winzerschaft und den anderen Stakeholdern wie Presse oder Handel. Nach dem internationalen Standard muss CSR in der Kernstrategie eines Unternehmens verankert sein, um auf allen Ebenen zu wirken. Dieser Ansatz ist in Nachhaltig Austria noch nicht umgesetzt.

Diese Handlungsfelder sind noch zu wenig oder gar nicht in den NHA-Kriterien abgebildet:

Menschenrechte 4 (Missstände beseitigen), 7 (Wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte) und 8 (Grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit). **Arbeitspraktiken** 4 (Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz). **Einbindung und Entwicklung der Gemeinschaft** 2 (Bildung und Kultur). **Faire Betriebs- und Geschäftspraktiken** 1 (Korruptionsbekämpfung), 2 (Verantwortungsbewusste Mitwirkung), 3 (Fairer Wettbewerb) und 5 (Eigentumsrechte achten). **Konsumenten Anliegen** 2 (Nachhaltige Nutzung von Ressourcen) und 3 (Abschwächung des Klimawandels und Anpassung).

Auch wenn – im Rahmen dieser eher oberflächlichen Betrachtung – viele der Handlungsfelder der ISO 26000 in NHA abgebildet scheinen, empfiehlt sich ein zusätzlicher Abgleich mit denen der ISO 26000:2010 pour la filière vin, da in ihr sämtliche Kernthemen und Handlungsfelder speziell für den Weinsektor ausgearbeitet und mit praktischen Anwendungsbeispielen ergänzt wurden. Eine diesbezügliche Kooperation bietet sich hinsichtlich internationaler Vergleichbarkeit und Bündelung von Ressourcen und Know how auch deshalb als nachhaltig an, weil Adaptierungen gemeinsam vorgenommen werden könnten. Dies auch im Sinne des 17. SDG: Partnership for the Goals.

B Sustainable Development Goals: Die meisten der 14 als relevant identifizierten Goals und ihre Targets sind in NHA abgebildet, die Targets 10 (Reduced Inequality), 13 (Climate Action) und 17 (Partnership for the Goals) finden keine Entsprechung in den NHA-Kriterien, wobei es bei 10 Überschneidungen mit 8 (Decent Work and Economic Growth) gibt. Wie oben sollte auch hier eine intensivere Auseinandersetzung stattfinden.

Diese Targets sind noch zu wenig oder gar nicht in den NHA-Kriterien abgebildet:

4: Quality Education (4.5), **5: Gender Equality** (5.4, 5.a, 5.b), **10: Reduced Inequality** (10.1, 10.2, 10.3 und 10.4), **11: Sustainable Cities and Communities** (11.a), **12: Responsible Consumption and Production** (12.8 und 12.), **13: Climate Action** (13.1 und 13.3), **17: Partnership for the Goals** (17.7, 17.16 und 17.17)

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass Nachhaltig Austria in vielen Bereichen den Anforderungen der ISO 26000 und der SDGs entspricht, in manchen aber noch teilweise oder auch zur Gänze Entwicklungspotential hat. Es wird auf jeden Fall empfohlen, Nachhaltig Austria im Sinne einer integrativen und international vergleichbaren CSR-Strategie an die Richtlinien der ISO 26000 (für den Weinsektor) anzupassen.

8 Die wichtigsten Stakeholder der Weinbranche

Als für die Umfrage und den Weinbau wichtigste Stakeholder wurden fünf Gruppen identifiziert: Winzerschaft, Weinkonsumenten und -konsumentinnen, Gastronomie, Weinhandel und Fachpresse.

1. Winzerschaft: Rund 14.100 Winzer und Winzerinnen bewirtschaften 45.439 Hektar Rebfläche mit einer Durchschnittsgröße von 3,22 Hektar.⁹³

2. Weinkonsumenten und -konsumentinnen: Rund 37 % aller Österreicher und Österreicherinnen kaufen laut einer 2012 von der Weinhandelskette Wein & Co beauftragten IMAS-Befragung zumindest gelegentlich Wein.⁹⁴

3. Gastronomie: Österreichs Gastronominnen und Gastronomen und mit ihnen die Sommellerie gelten als wichtigste Meinungsbildner der Weinbranche. Mit knapp 49.000 Betrieben⁹⁵ und entsprechend vielen Sommellerie- und (Wein-)Servicemitarbeitenden eine sehr relevante Stakeholder-Gruppe.

4. Weinhandel: Rund 300 Weinhändler und Vinotheken sind auf der ÖWM-Website gelistet. Mit allen Mitarbeitenden eine ebenfalls besonders wichtige Stakeholder- und Meinungsbildungsgruppe.⁹⁶

5. Fachpresse: Rund 750 Journalistinnen und Journalisten beschäftigen sich laut Datenpool der ÖWM zumindest teilweise mit dem Thema Essen & Trinken (Wein) und schreiben darüber in Fachmedien und allgemeinen Medien print und online.⁹⁷

⁹³ Vgl. ÖWM (2015) S. 48.

⁹⁴ Vgl. Kriwan. Wein & Co (2012).

⁹⁵ Vgl. Wirtschaftskammer Österreich (2016) S. 8.

⁹⁶ Vgl. ÖWM (2016) online.

9 Das Einkaufsverhalten von Weinkonsumenten

In der vorliegenden Arbeit wurde mittels einer Umfrage ermittelt, was unterschiedliche Stakeholdergruppen von einem nachhaltig produzierten Wein erwarten und ob sie denken, dass die Relevanz solcher Weine künftig steigt. In diesem Kapitel soll zuvor ergänzend auf Studienergebnisse eingegangen werden, in denen die Bereitschaft der Konsumentinnen und Konsumenten untersucht wird, für nachhaltig produzierten Wein mehr Geld auszugeben.

Ulrich et al verweisen auf Studienergebnisse aus dem Jahr 2010, nach denen bestimmte Käuferschichten (z. B. Stadtbewohner mit höherem Bildungsabschluss) bereits eindeutig Präferenzen für nachhaltige Weine zeigen. Gleichzeitig gibt es Hinweise, dass die sensorische Qualität für sie für ihr Kaufverhalten nach wie vor wichtiger ist, als es die Umweltqualitäten sind.⁹⁸ Dies deckt sich mit den Ergebnissen einer ebenfalls 2012 veröffentlichten Studie der Universität Florenz, für die internationale akademische Fachartikel zum Wein-Konsumentenverhalten von 2003 bis 2012 analysiert wurden.⁹⁹ Demnach seien Konsumentinnen und Konsumenten heute theoretisch durchaus willens, für biologischen oder nachhaltigen Wein mehr Geld auszugeben. Allerdings gibt es auch hier keine Belege dafür, ob das praktische Kaufverhalten dieser Aussage entspricht. Die tatsächliche Käuferschicht ist nach wie vor klein und in den letzten Jahren kaum angewachsen. Auch hier kam man zur Erkenntnis, dass Weinkäufer/innen nicht willens sind, zugunsten der Umwelt auf Qualität zu verzichten. Offenbar ist nur ein kleiner Teil davon überzeugt, dass nachhaltiger Wein auch bessere Qualität bedeutet.¹⁰⁰

In Languedoc, Frankreich, wurde, finanziert von der Europäischen Union, zwischen 2009 und 2012 eine Studie an 18.000 Verbrauchern in den fünf Märkten USA, Kanada, Großbritannien, Deutschland und Frankreich zum Kaufverhalten hinsichtlich der Auswahlkriterien für eine Flasche Wein mit Fokus auf die Nachhaltigkeitsbotschaft durchgeführt. Abgefragt wurden die Kriterien Preis, Rebsorte, Ursprung, Qualitätsmerkmal, Nachhaltigkeit, Medaille usw. für die Kaufentscheidung. Ergebnis war, dass eher zu einem Wein gegriffen wird, wenn er für Nachhaltigkeit steht, und dass ein höherer Preis bezahlt wird, wenn die Nachhaltigkeitsbotschaft auch glaubwürdig ist.

Die Zahlen für Deutschland: 16 % der Konsumentinnen und Konsumenten sind bereit, 23,3 % mehr als für den Durchschnittspreis zu zahlen, wenn die Nachhaltigkeitsbotschaft stimmig ist.¹⁰¹

⁹⁷ Vgl. ÖWM (2016) ebenda.

⁹⁸ Vgl. Ulrich, Reinert, zit. nach Delmas (2010) ebenda, S. 268.

⁹⁹ Lockshin / Corsi: Consumer Behavior for wine 2.0: A review since 2003 and future directions (2012).

¹⁰⁰ Vgl. Lockshin / Corsi ebenda, S. 23 f.

¹⁰¹ Vgl. Filone (2016b) S. 4 f.

10 Stakeholder-Engagement: Interviews

Die Interviews mit den jeweiligen Stakeholder-Gruppen wurden über www.umfrageonline.com durchgeführt und waren von 8. bis 31. August 2016 aktiv. Es wurden jeweils drei idente Fragen gestellt, der Umfragelink wurde per E-Mail zugestellt.

10.1 Fragenkatalog

Die Kriterien der 1. Frage beziehen sich auf das Weingut im Sinne einer umfassenden unternehmerischen Verantwortung in seinem gesamten gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und ökologischen Kontext für den Weinbau und orientieren sich grob an den Kernthemen der ISO 26000. Weiters wurden sie inhaltlich nach ökologischer, ökonomischer und gesellschaftlicher Thematik geclustert.

Es waren diese drei Fragen zu beantworten

- A „Ein Wein mit Nachhaltigkeitssiegel muss für mich folgende Kriterien erfüllen“. Mittels Checkboxes mussten 27 Kriterien¹⁰² mit „sehr relevant“, „relevant“, „wenig relevant“ und „kein Kriterium“ evaluiert werden.
- B „Denken Sie, dass Wein mit Nachhaltigkeitszertifizierung für den Konsumenten/die Konsumentin zukünftig an Relevanz gewinnt?“ musste mit „ja“ oder „nein“ beantwortet werden.
- C „Kennen Sie das Siegel ‚Nachhaltig Austria‘?“ musste ebenfalls mit „ja“ oder „nein“ beantwortet werden.

¹⁰² **Die Kriterien:** Biodiversität im Weingarten (Pflanzen- und Tiervielfalt durch Anpflanzungen von Bäumen, Hecken, Kräutern, ...); Verwendung natürlicher Dünger (z. B. Kompost); Vermeidung von systemischen Herbiziden, Pestiziden, Fungiziden (verteilen sich in der gesamten Pflanze und im Boden); schonende Bodenbearbeitung (inkl. Vermeidung von schweren Fahrzeugen und Verringerung von Fahrten im Weingarten); Arbeit im Rhythmus der Natur (und Unabhängigkeit von vorgegebenen Bewirtschaftungs- und Spritzplänen); biologische Zertifizierung; sparsamer Wasserverbrauch; Energieeffizienz in Weingarten und Keller; Ökostrom in allen Betriebsgebäuden; Abfallwirtschaft (Mülltrennung etc.); Verwendung von Reinigungsmitteln nach ökologischen Kriterien; Papiersparmaßnahmen; ökologische Bauweise bei allen Neubauten; Fuhrpark-Neuanschaffungen nach ökologischen Kriterien; gemeinschaftliche Nutzung von Fahrzeugen und Anlagen; Kooperationen bei Transporten und Anschaffungen; Verwendung leichterer Weinflaschen (weniger CO₂-Verbrauch bei Herstellung und Transporten); Vermeidung von Transportwegen; Vermeidung von Flugreisen (auch im Privatleben); eigene wirtschaftliche Stabilität; kritische Auswahl aller Geschäftspartner (Lieferanten, Kunden); verantwortliche Veranlagungen (Versicherungen, Banken, Fonds, ...); wertschätzende Mitarbeiterführung; gerechte Entlohnung; Gesundheits- und Arbeitsschutz; Ausbildungsmöglichkeit für Mitarbeitende; gepflegte Mitarbeiterräume.

10.2 Angefragte Stakeholder und Rücklaufquote

Im Sinne des geforderten Stakeholder-Engagements wurden die erwähnten Gruppen gebeten, ihre Meinungen abzugeben. Aus Erfahrung wurde mit einem Rücklauf von rund 5 bis 10 % gerechnet. In Summe wurden 9.264 Personen befragt, 864 haben geantwortet (Rücklauf 9,3 %).

1. Winzerschaft: (1.809 Datensätze havel & petz¹⁰³ und 2.895 Datensätze ÖWM; Rücklauf 350 Interviews, Rücklaufquote 11,4 %)¹⁰⁴
2. Private (weinaffine Konsumentinnen und Konsumenten): (989 Datensätze havel & petz; Rücklauf 240 Interviews, Rücklaufquote 24,3 %)
3. Gastronomie: (528 Datensätze havel & petz und 3.653 Datensätze ÖWM; Rücklauf 116 Interviews, Rücklaufquote 3 %)¹⁰⁵
4. Handel: (450 Datensätze havel & petz und 188 Datensätze ÖWM; Rücklauf 59 Interviews, Rücklaufquote 7,2 %)¹⁰⁶
5. Presse: (695 Datensätze havel & petz und 745 Datensätze ÖWM; Rücklauf 99 Interviews, Rücklaufquote 12,61 %)¹⁰⁷

10.3 Interview-Ergebnisse

10.3.1 Ergebnisse Frage A:

A „Ein Wein mit Nachhaltigkeitssiegel muss für mich folgende Kriterien erfüllen“

10.3.1.1 Die fünf wichtigsten Kriterien gereiht nach Relevanz¹⁰⁸

1. „Verwendung natürlicher Dünger“, 2. „Vermeidung von systemischen Herbiziden, Pestiziden, Fungiziden“, 3. „wertschätzende Mitarbeiterführung“, 4. „Biodiversität im Weingarten“ und 5. „gerechte Entlohnung“ wurden in dieser Reihenfolge als die insgesamt wichtigsten Nachhaltigkeitskriterien für einen Weinbaubetrieb genannt, wobei es bei der Winzerschaft zu den stärksten Abweichungen kommt, siehe Tabelle 1. Die Abweichung ist auch in untenstehender Grafik, Abbildung 9, gut abzulesen.

¹⁰³ havel & petz og; die Autorin ist Co-Geschäftsführerin des Kommunikationsunternehmens

¹⁰⁴ Winzerschaft: Aus Gründen der Vertraulichkeit und des Datenschutzes konnte kein Datenabgleich vorgenommen werden. Es wird von einer Datenüberlappung von 90 % und in Summe rund 3.075 Datensätzen ausgegangen.

¹⁰⁵ Gastronomie: Datenabgleich siehe Winzerschaft. Es wird von einer Datenüberlappung von 50 % und in Summe rund 3.917 Datensätzen ausgegangen.

¹⁰⁶ Handel: Datenabgleich siehe Winzerschaft. Es wird von einer Datenüberlappung von 90 % und in Summe rund 469 Datensätzen ausgegangen.

¹⁰⁷ Presse: Datenabgleich siehe Winzerschaft. Es wird von einer Datenüberlappung von 90 % und in Summe rund 814 Datensätzen ausgegangen.

¹⁰⁸ 1. ist am relevantesten, 5. ist am wenigsten relevant

So nennt die Winzerschaft „wertschätzende Mitarbeiterführung“, „Abfallwirtschaft“ und „gerechte Entlohnung“ als am wichtigsten für einen nachhaltig geführten Weinbaubetrieb.

Tabelle 1. Die fünf **wichtigsten** Kriterien für die jeweilige Stakeholdergruppe gereiht nach Relevanz, ex-aequo-Nennungen sind kursiv gesetzt:

	1.	2.	3.	4.	5.
Gastronomie	natürliche Dünger	Vermeidung system. Herbizide, Pestizide, Fungizide	wertschätzende Mitarbeiterführg.	gerechte Entlohnung	Gesundheits- & Arbeitsschutz
Handel	natürliche Dünger	<i>Vermeidung system. Herbizide, Pestizide, Fungizide</i>	<i>Biodiversität im Weingarten</i>	wertschätzende Mitarbeiterführg.	schonende Bodenbearbeitung
Presse	<i>natürliche Dünger</i>	<i>Vermeidung system. Herbizide, Pestizide, Fungizide</i>	Biodiversität im Weingarten	wertschätzende Mitarbeiterführg.	gerechte Entlohnung
Private	<i>natürliche Dünger</i>	<i>Vermeidung system. Herbizide, Pestizide, Fungizide</i>	wertschätzende Mitarbeiterführg.	Biodiversität im Weingarten	gerechte Entlohnung
Winzer	wertschätzende Mitarbeiterführg.	Abfallwirtschaft	gerechte Entlohnung	Gesundheits- und Arbeitsschutz	<i>schonende Bodenbearbeitung & eigene wirtschaftliche Stabilität</i>
gesamt	natürliche Dünger	Vermeidung system. Herbizide, Pestizide, Fungizide	wertschätzende Mitarbeiterführg.	Biodiversität im Weingarten	gerechte Entlohnung

10.3.1.2 Die fünf unwichtigsten Kriterien gereiht nach Relevanz

Als die insgesamt am wenigsten wichtigen Kriterien für einen nachhaltig geführten Weinbaubetrieb wurden 1. „verantwortliche Veranlagungen“, 2. „Vermeidung von Flugreisen“, 3. „Ökostrom in allen Betriebsgebäuden“, 4. „biologische Zertifizierung“ und 5. „Papiersparmaßnahmen“ genannt. Auch hier gibt es bei der Gruppe der Winzerschaft die größten Abweichungen, siehe Tabelle 2.

Für sie ist „biologische Zertifizierung“ am wenigsten relevant, gefolgt von „Vermeidung von Flugreisen“ und „gemeinschaftliche Nutzung von Fahrzeugen & Anlagen“.

Tabelle 2. Die fünf **unwichtigsten** Kriterien für die jeweilige Stakeholdergruppe gereiht nach Relevanz, ex-aequo-Nennungen sind kursiv gesetzt:¹⁰⁹

	1.	2.	3.	4.	5.
Gastronomie	verantwortliche Veranlagungen	Vermeidung von Flugreisen	Ökostrom in allen Betriebsgebäuden	Verwendung leichter Weinflaschen	<i>Papiersparen & kritische Auswahl d. Geschäftspartner</i>
Handel	Vermeidung von Flugreisen	verantwortliche Veranlagungen	gemeinschaftliche Nutzung von Fahrzeugen & Anlagen	Kooperationen bei Transporten, Anschaffungen	eigene wirtschaftliche Stabilität
Presse	verantwortliche Veranlagungen	Vermeidung von Flugreisen	Papiersparen	Ökostrom in allen Betriebsgebäuden	gepflegte Mitarbeiterräume
Private	Vermeidung von Flugreisen	verantwortliche Veranlagungen	<i>Ökostrom in allen Betriebsgebäuden</i>	<i>biologische Zertifizierung</i>	Papiersparen
Winzer	biologische Zertifizierung	Vermeidung von Flugreisen	gemeinschaftliche Nutzung von Fahrzeugen & Anlagen	verantwortliche Veranlagungen	Ökostrom in allen Betriebsgebäuden
gesamt	verantwortliche Veranlagungen	Vermeidung von Flugreisen	Ökostrom in allen Betriebsgebäuden	biologische Zertifizierung	Papiersparen

¹⁰⁹ 1. am wenigsten relevant, Relevanz steigend bis 5.

Ergebnisse **Frage A** gesamt graphisch dargestellt. Die am stärksten abweichende Linie – hellblau gepunktet – ist die der Winzerschaft.

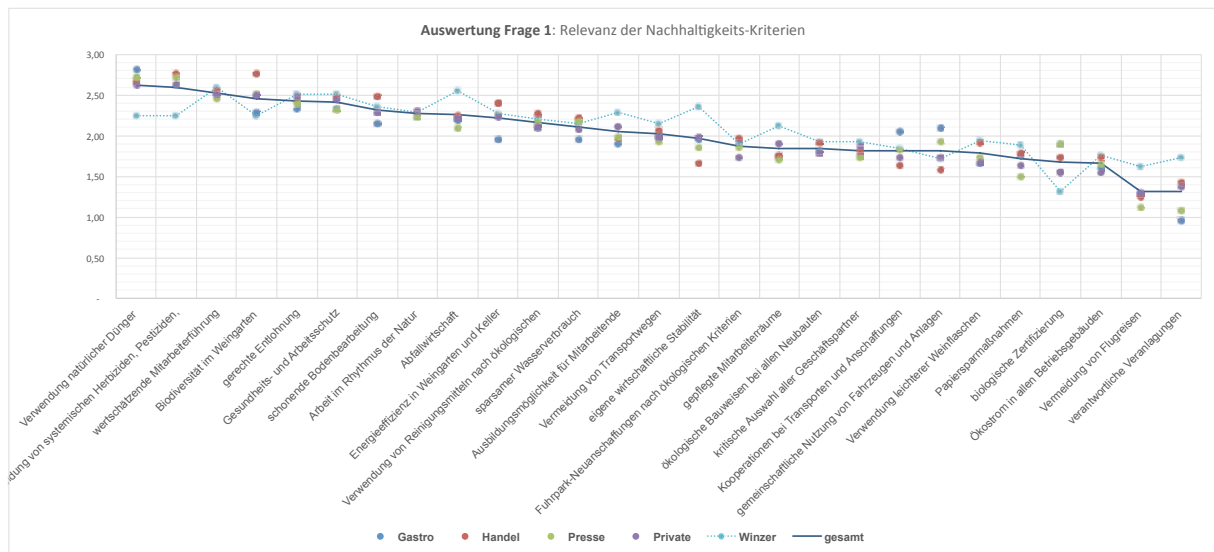


Abb. 6: Umfrage-Ergebnisse Frage A graphisch

Es ist bemerkenswert, dass gerade die Winzerschaft als die am stärksten betroffene Stakeholdergruppe in ihren Antworten am meisten abweicht, siehe Abb. 9, und für sie speziell der nachhaltig bewirtschaftete Boden, den es auch aus wirtschaftlichen Gründen zu bewahren gilt, nicht an allererster Stelle liegt. Alle anderen Stakeholder legen sehr wohl den größten Fokus auf dieses Thema (natürliche Dünger; Vermeidung von systemischen Herbiziden, Pestiziden, Fungiziden; Biodiversität), und damit auf die Inhalte des biologischen Weinbaus, aber erstaunlicherweise keinen auf die biologische Zertifizierung selbst. Was die Frage aufwirft, ob diese Widersprüchlichkeit aus Unwissenheit über die Inhalte der Bio-Labels herrührt oder ob diesen die Glaubwürdigkeit abgesprochen wird.

Für die Winzerschaft ist ein Bio-Label überhaupt am wenigsten wichtig, siehe Tabelle 2, für sie liegt der größte Nachhaltigkeitsfaktor auf der wertschätzenden Mitarbeiterführung. Auch hier stellt sich die Frage nach dem Warum. Zertifizierungen sind immer auch mit Aufwand – erhöhtem Risiko, Investitionen, Kontrollen, Bürokratie – verbunden, siehe oben, möglicherweise ist dies Teil der Ursache dafür.

Die Reihung der Kriterien lässt insgesamt darauf schließen, dass die Inhalte von Nachhaltigkeit noch nicht bei der Bevölkerung angekommen sind. So ist etwa das Gewicht von Weinflaschen hinsichtlich ihrer Herstellung und ihres Transports ein sehr wichtiger Hebel im nachhaltigen Weinbau, aber von allen Stakeholdern ganz hinten gereiht. Für den Weinbau relevant sind auch die gemeinschaftliche Anschaffung und Nutzung von Fuhrpark und Maschinen, ähnlich weit hinten gereiht wie die Kooperation bei Transporten. Dass das

Vermeiden von Flugreisen ein wichtiger Beitrag zur weltweiten CO₂-Reduktion ist, dürfte ebenfalls noch nicht im Bewusstsein der Stakeholder im Allgemeinen angekommen sind.

Insgesamt lässt sich sagen, dass der Wissensstand, welche Faktoren zu mehr Nachhaltigkeit bei der Weinproduktion beitragen, noch sehr gering ist, und vor allem bei der wichtigsten Stakeholdergruppe Winzerschaft noch viel Aufklärung und Kommunikation nötig ist.

10.3.2 Ergebnisse Fragen B und C:

B „Denken Sie, dass Wein mit Nachhaltigkeitszertifizierung für den Konsumenten/die Konsumentin zukünftig an Relevanz gewinnt?“

C „Kennen Sie das Siegel ‚Nachhaltig Austria‘?“

Beide Fragen mussten mit „ja“ oder „nein“ beantwortet werden. Wie bei Frage A weichen die Antworten der Gruppe Winzerschaft von denen der anderen Stakeholdergruppen ab.

Die Frage, ob die Relevanz von Wein-Nachhaltigkeitszertifizierung zukünftig steigen wird, wurde von den Gruppen Private, Handel, Gastronomie und Presse mit zumindest 77 % bejaht, beim Handel waren es sogar 81 %. Die von der Thematik am meisten betroffene Gruppe Winzerschaft findet das nur zu 60 %.

Ob NHA bekannt ist, beantworteten als direkte Zielgruppe rund 67 % der Winzerschaft mit „ja“, aber nur 37 % der Fachpresse, die von ÖWM und Weinbauverband ebenfalls direkt angesprochen werden.

Dass der Anteil der befragten Privaten, denen NHA bekannt ist, mit 27 % vergleichsweise hoch ist, liegt mit Wahrscheinlichkeit daran, dass es sich hier um sehr weinaffine Konsumentinnen und Konsumenten handelt, die vermutlich eher Fachliteratur lesen als ein echter repräsentativer Querschnitt der österreichischen Bevölkerung.

Ergebnisse **Fragen C & B** tabellarisch dargestellt

	Relevanz der NH- Weinzertifizierung steigt	Nachhaltig Austria ist mir bekannt
Private	78,81%	27,62%
Handel	81,36%	35,59%
Gastronomie	77,39%	25,86%
Presse	77,55%	37,37%
Winzerschaft	60,34%	67,14%

Abb. 7: Umfrage-Ergebnisse Fragen B & C tabellarisch

Ergebnisse Fragen C & B graphisch dargestellt

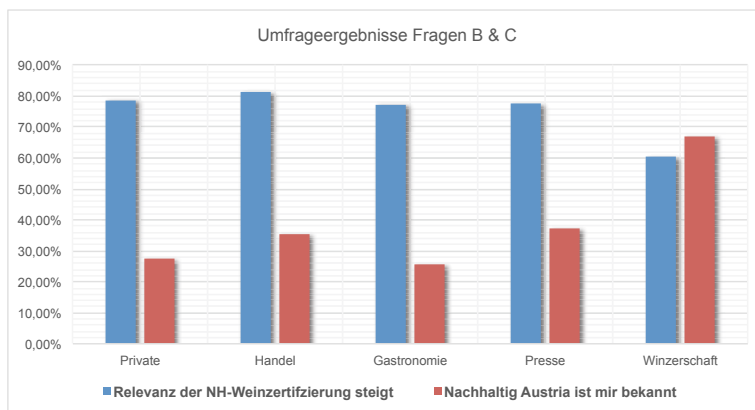


Abb. 8: Umfrage-Ergebnisse Fragen B & C graphisch

Fragen, die sich aus diesen Ergebnissen ableiten, sind unter anderem: Warum denkt ein großer Teil der Winzerschaft hinsichtlich steigender Relevanz von Nachhaltigkeitszertifizierungen offenbar am Markt vorbei? Warum ist der Handel am meisten von ihrer steigenden Relevanz überzeugt? Gibt es dafür bereits Anhaltspunkte von Seiten ihrer Kunden (Endverbraucher und Gastronomie)? Und weiters, reagieren der Handel und die Gastronomie bereits in ihrem Einkaufsverhalten darauf? Wie sieht das künftige Einkaufsverhalten der Österreicherinnen und Österreicher aus, werden sie wirklich vermehrt zu nachhaltigen Weinen greifen?

Weiters stellen sich die Fragen, warum bei der Fachpresse die Zertifizierung Nachhaltig Austria samt seiner Inhalte trotz mehrstufiger Kommunikation noch nicht angekommen ist. Wie müsste die Kommunikation durch die ÖWM als Sprachrohr des Weinbauverbands aussehen, um das Label als relevant (und glaubwürdig) zu transportieren? Wie kann man die Winzerschaft von nachhaltigem Unternehmertum und entsprechender Zertifizierung überzeugen?

Zusammenfassend kann man die Antworten auf die Interview-Frage B so interpretieren, dass Nachhaltig Austria dem Zeitgeist und Wunsch der Konsumenten nach glaubwürdigen Weinen entspricht. Frage C lässt darauf schließen, dass das Label in der Wahrnehmung noch nicht angekommen ist und der größte Hebel hierfür in der zielgerichteten Kommunikation liegt. Gleiches gilt für die Vermittlung der Inhalte von Nachhaltigkeit.

11 Conclusio und Ausblick

Entspricht Nachhaltig Austria den Kriterien der Sustainable Development Goals, den Handlungsfeldern der ISO 26000 und den Erwartungshaltungen der relevanten Stakeholdergruppen und welche Auswirkungen können letztere auf das Wein-Siegel haben?

Um die hier zusammengefassten Forschungsfragen beantworten zu können, wurde erst ein intensiver Blick auf den Weinbau, die Herausforderungen durch den Klimawandel an ihn und möglichen Maßnahmen gegen die Auswirkungen geworfen. Es hat sich gezeigt, dass der Klimawandel weltweit längst Realität in den Weinbauregionen geworden ist und seine Auswirkungen auf Reben und Wein zu spüren sind. Einerseits durch verfrühten Austrieb und verfrühte Blüte, eine kürzere Reifezeit und dadurch eine Ernte bei wärmeren Temperaturen mit Einfluss auf die Aromen der Trauben. Weiters sind heftigere Fröste, Regenfälle und Unwetter abwechselnd mit Dürreperioden auch in bisher verschonten Regionen sowie neue Schädlinge und Rebkrankheiten bemerkbar. Ernteaussfälle, wie sie speziell 2016 massiv zu verzeichnen sind, werden sich wahrscheinlich häufen. Die Winzerschaft kann darauf mit anderen Methoden bei der Weingartenarbeit und Vinifizierung reagieren, mit Schutzmaßnahmen im Weingarten oder Bewässerung und – naturgemäß nur bedingt – auf andere Rebsorten und Anbauflächen ausweichen.

Auf welche Maßnahmen die Winzerinnen und Winzer in Weingarten und Weinkeller, bei Verpackung, Abfall und Vertrieb für die Reduzierung von CO₂-Emissionen setzen können, wird im nächsten großen Abschnitt eingegangen. Schwerpunkt ist eine Untersuchung, die 2010 im österreichischen Weinbaugebiet Traisental durchgeführt wurde und als Basis für die Entwicklung von Nachhaltig Austria herangezogen wurde. Als wichtigster Hebel zur CO₂-Reduzierung wurde für den Weingarten der Dieserverbrauch der landwirtschaftlichen Maschinen und der Mineraldüngereinsatz identifiziert. Für den Weinkeller ist es die Energie (Kühlung) und für die Verpackung die Glasflasche, die durch Produktion und Transport (vor allem zum Kunden) mit 45 % wesentlich zur Gesamt-CO₂-Emission beiträgt. Hier plädiert man für leichtere Flaschen oder Alternativen wie Bag-in-Box.

Insgesamt wurde am Beispiel Traisental errechnet, dass ein Liter Wein insgesamt 1,9 kg CO_{2e} emittiert. Vergleicht man dies mit den Ergebnissen einer 2016 publizierten Studie aus Bordeaux, in der man auf rund 1,2 kg pro 0,75-l-Flasche und hochgerechnet 1,6 kg/l kommt, liegt der Traisentaler Wert vergleichsweise hoch. Hier wäre ein Abgleich der Ausgangsdaten interessant und eine Analyse der divergierenden Ergebnisse. Die Bordelaiser Studie umfasst auch den Verbrauch von hochgerechnet 8,3 Litern Wasser und 3,5 m² Biodiversität pro Liter Wein der Region. In stark bewässerten Gebieten der Welt kann der Verbrauch noch viel liegen, nämlich bei bis zu 200 Litern Wasser pro Liter Wein. Wenn man davon ausgeht, dass

auch in den Cool-Climate-Weinregionen zukünftig mehr bewässert werden muss, bedürfen diese Daten nach Ansicht der Autorin erhöhter Aufmerksamkeit.

Daten zum Wasserverbrauch werden in Nachhaltig Austria aktuell wahrscheinlich noch nicht umfassend genug berücksichtigt, was auch für den Wasserfußabdruck von Wein, bei dem zum direkten Wasserverbrauch der indirekte – bedingt durch die Produktion der gesamten Verpackung und des Transportes – addiert wird, gilt. So exportiert etwa Spanien alleine nach Großbritannien jährlich 189 Millionen m³ Wasser gebunden in Produkten aus der Traubenproduktion. Ein Thema, mit dem sich die Forschung bisher noch zu wenig auseinandergesetzt hat, und das im Idealfall zukünftig auch in Nachhaltig Austria einfließt.

Nach der Vertiefung in die diversen Weinzertifizierungen nach Managementsystemen und Produktionsmethoden wurden die Rahmenbedingungen von Nachhaltig Austria analysiert, und der Projektträger wurde mit seiner Evaluierung – nach zweijähriger Laufzeit des Labels und mit insgesamt 51 zertifizierten Weingütern – zitiert. Sein vorrangiges Ziel ist es, mehr Betriebe für die Zertifizierung zu gewinnen. Wichtig scheint in diesem Zusammenhang die Kritik der biologisch und biodynamisch arbeitenden Winzerschaft an Nachhaltig Austria. Für sie steht der Boden, auf dem ihre Rebstöcke wachsen, in der Wesentlichkeitsmatrix ganz oben. Synthetische Dünge- und Spritzmittel vergiften ihrer Meinung nach Boden und Rebstöcke und würden ausschließlich aus finanziellen und praktischen Überlegungen ausgebracht. Nachhaltigkeit schließt für sie, als wichtige NHA-Zielgruppe, diese Behandlungsmethoden zur Gänze aus, sie sind neben anderen Argumenten der ursächliche Grund, warum sie sich gegen eine Zertifizierung durch Nachhaltig Austria aussprechen.

Zwei Schwerpunkte der Arbeit waren eine Wesentlichkeitsanalyse für den Weinbau mit Bezug auf die ISO 26000 und Sustainable Development Goals und ein Abgleich der Kriterien von Nachhaltig Austria mit den identifizierten ISO-Kernthemen und -Handlungsfeldern sowie den SDG-Unterzielen. Es kann gesagt werden, dass sehr viele Bereiche in Nachhaltig Austria relativ gut abgebildet, manche jedoch noch ausgespart sind. Im Detail:

Für die ISO 26000 gilt, dass besonders viel Entwicklungspotential im zentralen Kernbereich Organisationsführung, der in allen Ebenen eines Unternehmens verankert sein sollte, liegt. Entwicklungspotential gibt es auch bei den Menschenrechten, bei den Arbeitspraktiken, bei der Einbindung und Entwicklung der Gemeinschaft, bei den Konsumentenangelegenheiten sowie bei den Fairen Betriebs- und Geschäftspraktiken. Der Fokus von Nachhaltig Austria liegt mit „Weinproduktion“ und „Weingarten“ klar auf dem Kernbereich Umwelt, der somit relativ gut abgebildet ist. Da die ISO 26000 in Frankreich für den Weinsektor adaptiert und 2015 als „ISO 26000:2010 pour la filière vin“ präsentiert wurde, wäre eine diesbezügliche Kooperation wünschenswert: um international gültigen Richtlinien zu entsprechen und vergleichbar zu

sein. Ferner, um den Leitfaden gemeinsam weiterzuentwickeln und damit immer auf dem letzten Stand zu sein.

Auch für die SDGs gilt, dass manche Bereiche relativ gut und manche gar nicht abgebildet sind. Letzteres trifft auf die Ziele 10 (Reduced Inequality), 13 (Climate Action) und 17 (Partnership for the Goals) zu, wobei es bei 10 Überschneidungen mit 8 (Decent Work and Economic Growth) gibt. Auch alle anderen Ziele und Unterziele sollte man nochmals einer genaueren Betrachtung unterziehen und die Kriterien von Nachhaltig Austria – im Sinne einer international vergleichbaren Zertifizierung und mit ihr integrativen CSR-Strategie für Weingüter – aktualisieren. Dem Ziel „Partnership for the Goals“ könnte man, wie bereits erwähnt, mit einer Kooperation im Rahmen der ISO 26000 für den Weinsektor entsprechen.

Der dritte große Schwerpunkt der Arbeit galt dem Stakeholder-Engagement. Nach der Definition der wichtigsten Anspruchsgruppen für den Weinbau (Winzerschaft, Konsumentinnen und Konsumenten, Handel, Presse und Gastronomie) und Bezugnahme auf internationale Untersuchungen zur Konsumenten-Bereitschaft, nachhaltig produzierten Wein zu kaufen, wurden die Ergebnisse einer breiten Online-Befragung der fünf Stakeholder-Gruppen analysiert und miteinander verglichen. Interessant ist hier vor allen Dingen, dass die Ergebnisse der Winzer von denen der anderen Stakeholdergruppen zumeist erheblich abweichen.

So denken alle Gruppen mit zumindest 77 %, dass nachhaltiger Wein in Zukunft an Bedeutung gewinnt, bei den Winzern sind es nur 60 %. 40 % der Winzerschaft denken somit höchstwahrscheinlich am Markt vorbei. Dass die Bekanntheit des Nachhaltigkeitslabels noch sehr gering ist, ist vor allen Dingen für die Proponenten von Nachhaltig Austria relevant. So kennen ihre Zielgruppen Presse, Private, Handel und Gastronomie das Label nur zu 25 bis 37 %, die Winzerschaft kennt es zu 67 %. Hier wäre eine breite und zielgerichtete Kommunikationskampagne zielführend, um das Wissen um Nachhaltig Austria zu erhöhen.

Den größten Umfang der Erhebung nimmt die Frage nach der Relevanz von 27 Nachhaltigkeitskriterien, die grob an der ISO 26000 orientiert sind, ein. Auch hier divergieren die Antworten der Winzerschaft. Für sie zählen die Faktoren „wertschätzende Mitarbeiterführung“, „Abfallwirtschaft“ und „gerechte Entlohnung“ in dieser Reihenfolge am meisten, am wenigsten wichtig sind ihr „biologische Zertifizierung“, „Vermeidung von Flugreisen“ und „gemeinschaftliche Nutzung von Fahrzeugen und Anlagen“. Alle anderen Gruppen erachten die Umweltbelange „natürliche Düngung“, „Vermeidung systemischer Herbizide, Pestizide und Fungizide“ sowie „Biodiversität“ als am wichtigsten. Am wenigsten relevant sind für sie „verantwortliche Veranlagung“, „Vermeidung von Flugreisen“ und „Ökostrom in allen Gebäuden“. „Biologische Zertifizierung“ steht an viertletzter Stelle. Bei

diesem Kriterium kommt es zu einem Widerspruch: stehen die Umweltbelange einerseits in der Wertigkeit ganz oben, steht die biologische Zertifizierung andererseits ganz unten. Hier stellt sich die Frage nach der Ursache. Entweder liegt sie in der Unkenntnis über die Inhalte eines biologischen Labels, möglicherweise an einer generellen Ablehnung eines weiteren Labels in der undurchschaubaren Vielzahl an Zertifizierungen im Lebensmittelbereich oder an einem generellen Misstrauen in Labels.

Warum die Winzerschaft, die ihre Böden grundsätzlich hoch hält, ihnen in Bezug auf Nachhaltigkeit nicht ebenfalls die größte Relevanz beimisst, sollte ebenfalls genauer untersucht werden. Dass sie die biologische Zertifizierung gänzlich hintanstellt, detto. Hier könnten die damit verbundene Bürokratie, die je nach Label mehr oder weniger strengen Regeln und die schwierige und mit Risiken verbundene Umstellungsphase Gründe dafür sein. Wichtig scheint auch die Tatsache, dass das Kriterium „leichtere Weinflaschen“ von allen Gruppen als relativ unwichtig genannt ist, wo vor allem die Winzerschaft wissen sollte, dass das Gewicht von Weinflaschen einen sehr großen Einfluss auf den CO₂-Ausstoß in der Weinproduktion hat. Ähnlich verhält es sich bei der gemeinschaftlichen Nutzung und Anschaffung von Fuhrpark und Anlagen.

Dass alle Gruppen finden, dass das Vermeiden von Flugreisen wenig Nachhaltigkeitsrelevanz hat, zeugt von wenig Wissen um ihre Bedeutung. Flugreisen tragen bei der vielreisenden Winzerschaft stark zur generellen CO₂-Belastung bei und sollten so wie auch im Privatleben eher vermieden werden. Abschließend ist zu diesem Fragenkomplex zu sagen, dass durchwegs viel Aufholbedarf zum Thema Nachhaltigkeit besteht und sich durch die Umfrage eine ganze Reihe an Fragen aufgetan hat. Ganz oben steht die, warum die Winzerschaft die Nachhaltigkeitskriterien gänzlich anders reiht als ihre wichtigsten Stakeholdergruppen.

Zusammenfassend soll hier festgehalten und betont werden, dass die österreichische Weinwirtschaft die Zeichen der Zeit grundsätzlich erkannt hat: Das internationale Bewusstsein um nachhaltigen Wein und der Bedarf danach sind im Steigen begriffen, entsprechende nationale und regionale Zertifizierungen im Kommen. Mit der Schaffung der Weinzertifizierung Nachhaltig Austria ist Österreich vorne mit dabei und leistet einen wertvollen Beitrag. Die Autorin ist davon überzeugt, dass das Label, wenn es durch Adaptierungen an die ISO 26000 und SDGs international vergleichbarer und transparenter wird und gegebenenfalls für die biologisch produzierenden Winzerinnen und Winzer akzeptable Rahmenbedingungen schafft, national und international reüssieren wird.

12 Literaturverzeichnis

- Afnor / Inter Oc (2015): La norme ISO 26000:2010 pour la filière vin. – La Plaine Saint-Denis Cedex.
- Bauer, Karl / Österreich Wein Marketing (2016): Nachhaltigkeit in Österreichs Weingärten. Online: www.oesterreichweinmarketing.at. – Wien.
- Bundesministerium für Arbeit und Soziales (2011): Die DIN ISO 26000 „Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung von Organisationen“. Ein Überblick. – Bonn.
- Dyllick, Thomas / Muff, Katrin (2016): What does sustainability for business really mean? And when is a business truly sustainable? In: Jeanrenaud, S. / Gosling, J. / Jeanrenaud, J.P. (Hrsg.). Sustainable Business: A One Planet Approach. – Chichester, UK: Wiley, Chapter 13.
- Europäische Kommission (2011): Communication from the Commission to the Council and the European Parliament – A renewed EU strategy 2011–2014 for Corporate Social Responsibility. – Brüssel.
- European Wine (2016): Wichtige Weinbauländer und Rebflächen. Bezogen unter <http://www.europewine.com/weinanbau.land.html>, Zugriff am 18. August 2016.
- Fair' n Green (2016): Daten zu Fair'n Green. Bezogen unter www.fairandgreen.de, Zugriff am 7. September 2016.
- FairChoice (2016): Daten zu FairChoice. Bezogen unter www.fairchoice.info, Zugriff am 7. September 2016.
- Feiring, Alice: Naked Wine (2011): Letting Grapes Do What Comes Naturally. – Philadelphia: Da Capo Press.
- Filone, Linda (2016): persönliches Telefonat zur ISO 26000:2010 pour la filière vin, Projektleiterin für den Fachverband der Pays d'Oc IGP-Weine, 16. August.
- Filone, Linda / Fachverband der Pays d'Oc IGP-Weine – Inter OC (2016): Nachhaltige Entwicklung: Der Weg zu einem anderen Wein. – Morin.
- Freund, Michael (2016): Kontroll- und Zertifizierungskonzepte für Weinbaubetriebe in Deutschland. In: Friedel, R. / Spindler, E. A. (Hrsg.): Zertifizierung als Erfolgsfaktor: Nachhaltiges Wirtschaften mit Vertrauen und Transparenz. Heidelberg: Verlag Springer Gabler.
- Gabler Wirtschaftslexikon (2016): Definition Stakeholder. Bezogen unter: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/1202/anspruchsruppen-v6.html>, Zugriff am 21. August 2016.
- Gabler Wirtschaftslexikon (2016): Stakeholder. Bezogen unter www.wirtschaftslexikon.gabler.de. Zugriff am 15. August.
- Glatt, Josef, Mag. (2016): E-Mail-Statement zu Nachhaltig Austria, Direktor des Österreichischen Weinbauverbands, am 14. September.

-
- Idowu, Samuel O. / Schmidpeter, René (2015): Dictionary of Corporate Social Responsibility: CSR, Sustainability, Ethics and Governance. – Heidelberg: Springer.
- ISO International Organization for Standardization (2010): ISO/FDIS 26000:2010(E) – Genf.
- Kriwan, Monika / Wein & Co (2012): Aktuelle Studie nimmt heimische Weinkonsumenten unter die Lupe (2012). Bezogen unter http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20120919_TPT0002/aktuelle-studie-nimmt-heimische-weinkonsumenten-unter-die-lupe-bild, 19. September 2016.
- Lantschbauer, Rudolf / Cai, Yulan (2015): Handbuch für biologischen und biodynamischen Weinbau: Organic Wines and the benefit for humans. – Graz: Vinothek Verlag.
- Lockshin, Larry / Corsi, Armando Maria: Consumer behaviour for wine 2.0 (2012): A review since 2003 and future directions. In: Menghini, Silvio (Hrsg.): Wine Economics and Policy 1. Volume 1, Issue 1, December 2012, Pages 2–23. – Florenz: Università degli Studi di Firenze.
- Oschischnig, Ulrike (2016): Wirtschaftskammer Österreich – Stabsabteilung Statistik: Gastronomie Branchendaten 2015. – Wien.
- Österreich Wein Marketing (2016): Information zur Anzahl an Vinotheken in Österreich. Bezogen unter <http://www.oesterreichwein.at/winzer-markt/vinotheken>, Zugriff am 28. August.
- Österreich Wein Marketing (2016): Nachhaltigkeit in Österreichs Weingärten. Bezogen unter <http://www.oesterreichwein.at/unser-wein/nachhaltigkeit-in-oesterreichs-weingaerten/>, Zugriff am 21. August.
- Österreich Wein Marketing (2016): Weinbauproduktion in Österreich. Dokumentation Österreich Wein 2015. – Wien: Österreich Wein Marketing.
- Österreichischer Weinbauverband (2014): Nachhaltig Austria. Das neue Nachhaltigkeits-Programm der österreichischen Weinwirtschaft. – Wien: Österreichischer Weinbauverband.
- Radermacher, Franz Josef (2016): Zertifizierung als Gemeinschaftswerk. In: Friedel, R. / Spindler, E. A. (Hrsg.): Zertifizierung als Erfolgsfaktor: Nachhaltiges Wirtschaften mit Vertrauen und Transparenz. Heidelberg: Verlag Springer Gabler.
- Rosner, Franz (2014): Zertifizierung möglich. Nachhaltig produzierter österreichischer Wein. In: Österreichischer Weinbauverband (Hrsg.): Der Winzer. Wien: Österreichischer Agrarverlag, 12/2014.

-
- Rosner, Franz (2016): Zertifizierter nachhaltiger Wein. In: Österreichischer Weinbauverband (Hrsg.): Der Winzer. Wien: Österreichischer Agrarverlag, 2/2016.
- Rosner, Franz, Ing. (2016): persönliches Gespräch zu Nachhaltig Austria, Projektleiter, Klosterneuburg, 27. Juli.
- Scharmer, C. Otto / Käufer, Katrin (2014): Von der Zukunft her führen. Theorie U in der Praxis. – Heidelberg: Carl-Auer-Systeme Verlag.
- Schneider, Andreas (2015): Offizielle Definitionen von CSR. In: Schneider, Andreas / Schmidpeter, René (Hrsg.): Corporate Social Responsibility. Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis. Heidelberg: Verlag Springer Gabler.
- Schultz, Hans R. (2016): Global Climate Change, Sustainability, and Some Challenges for Grape and Wine Production. In: Anderson, Kim / Ashenfelter, Orley C. / Ginsburgh, Victor / Stavins, Robert N.: Journal of Wine Economics. – New York: Cambridge University Press for the American Association of Wine Economics, Vol. 11, No. 1.
- Soja, Gerhard (2010): Weinklim. Weinbau im Klimawandel: Anpassungs- und Mitigationsmöglichkeiten am Beispiel der Modellregion Traisental. In: Online-Fachzeitschrift des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft Jahrgang 2010. – Wien.
- Sustainable Business Tool Kit (2016): CO_{2e}. Bezogen unter <http://www.sustainablebusiness toolkit.com/difference-between-co2-and-co2e>, Zugriff am 12. August.
- Theise, Terry (2012): Mein Wein. Das Plädoyer gegen den globalen Einheitswein. – Berlin: Verlage Haffmans & Tolkemitt.
- Trébuq, Stéphane / Sonnemann, Guido / Loubet, Philippe (2016): How prestige kills accounting innovation opportunities and social responsibility of producers: the case of Bordeaux wines. Universität Bordeaux: Präsentation für die Eman Conference in Lüneburg, 23. September.
- Trévoux, Michèle / Le Groupe France Agricole (2015): Inter Oc lance le guide Iso 26000 pour la filière vin. In: La Vigne Vitisphere. Bezogen unter <http://www.vitisphere.com/actualite-80046-Inter-Oc-lance-leguide-Iso26000-pourlafilierevin.htm>. Zugriff am 10. Juni 2016.
- Ulrich, Keith / Reinert, Florian (2016). Das Zertifizierungssystem Fair'n Green. In: Friedel, R. / Spindler, E. A. (Hrsg.): Zertifizierung als Erfolgsfaktor: Nachhaltiges Wirtschaften mit Vertrauen und Transparenz. – Heidelberg: Verlag Springer Gabler.

-
- Umweltbundesamt (2016): VitisCLIM - Modellierung der epidemiologischen und ökonomischen Folgen des Goldgelbe-Vergilbung-Phytoplasmas für den österreichischen Weinbau unter einem Klimawandelszenario. Bezogen unter <http://www5.umweltbundesamt.at/klimawandel/abfrage/show/e6eabd7e-b875-1031-8cb4-5e124215a2ec>, Zugriff am 13. August.
- United Nations. Department of Economic and Social Affairs (2016): SDGs. Bezogen unter <https://sustainabledevelopment.un.org/intergovernmental>, Zugriff am 14. August.
- Vereinte Nationen (UN) (2016): Sustainable Development Goals. Bezogen unter <http://sustainabledevelopment.un.org/sdgs>, Zugriff am 28. Mai.
- Walker, Thomas (2016). Von der Gewinn- zur Nachhaltigkeitsmaximierung. In: Wunder, T. (Hrsg.): CSR und Strategisches Management. – Heidelberg: Verlag Springer Gabler.
- Weizsäcker, Ernst Ulrich / Hargroves, Karlson / Smith, Michael H. (2010): Faktor Fünf. Die Formel für nachhaltiges Wachstum. – München, Droemer Verlag.
- Wikipedia (2016): Zertifizierung. Bezogen unter <https://de.wikipedia.org/wiki/Zertifizierung>, Zugriff am 22. August.

13 Auswertungen & Fragebogen

13.1 Die Gesamt-Ergebnisse der Gegenüberstellung von NHA-Kriterien mit den SDGs und den Handlungsfeldern von ISO 26000

13.1.1 NHA-Ökonomie abgebildet in SDGs und ISO 26000

	SDGs	ISO 26000
Ökonomie		
nachhaltige Betriebsführung		OF
Durchführung einer Unternehmensanalyse im Betriebsbereich Wein sowie Weinbau und Erarbeitung von Verbesserungspotentialen	8.2	
Gesicherte Abnahme der Weintrauben und des Weines	8.1	KA 1, 7
Erstellung einer Risikoanalyse	3.8, 3.d, 9.1	
Nutzung und Bereitstellung des überbetrieblichen Maschineneinsatzes	9.1, 9.4	
Betriebsangepasste Absatzaktivitäten	8.1, 3.5	KA 1, 7
Förderung der Regionalität		
Einkauf von Maschinen und Geräten sowie Serviceverträge bei allen Maschinen und Geräten zur Aufrechterhaltung des Betriebes (Zugfahrzeuge, Pressen...) mit folgender Priorisierung: lokaler Bereich vor Region, Region vor Großraum.	9.2, 12.7	EEG 4, FBGP 4
Beitrag zur Regionalentwicklung bzw. -sicherung	8.9	EEG 1, 3, 5, 7
Angebot des regelmäßigen Ab - Hof - Verkaufes	8.9	KA 1, 7
volkswirtschaftliche Nachhaltigkeit		
Führung eines traditionellen Weingutes	8.9	EEG 5
Zuwendungen der öffentlichen Hand unter Berücksichtigung der Aufwendungen für das Gemeinwohl	9.3	EEG 5, 7 FBGP 4

13.1.2 NHA-Soziales abgebildet in SDGs und ISO 26000

	SDGs	ISO 26000
Soziales		
Arbeitnehmerschutz: Einhaltung der gesetzlichen Arbeitnehmerschutzbestimmungen (Landarbeitsgesetz und ausführende Landarbeitsordnungen der Länder sowie Bezug habende Verordnungen). Führung von ausreichenden Arbeitszeitaufzeichnungen und Einhaltung der gesetzlichen Arbeitszeithöchstgrenzen	3.8, 3.9, 8.3, 8.5, 8.8	MR 5, 6 AP 1, 3, 4
Gerechter Lohn: Beachtung des kollektivvertraglichen Mindestlohns sowie Bezahlung der normierten Sonderzahlungen. Bei Beendigung des Dienstverhältnisses Bezahlung einer allfälligen Urlaubersatzleistung und gegebenenfalls einer Abfertigung. "Korrekte Bezahlung der kollektivvertraglich und gesetzlich vorgesehenen Überstunden bzw. Mehrarbeitszuschläge" Überzahlung des kollektivvertraglichen Mindestlohnes. Keine unsachlichen Lohnunterschiede bei den Mitarbeitern. Insbesondere gleicher Lohn für gleiche Arbeit bei Inländern und Ausländern sowie bei Männern und Frauen.	5.1, 5.5, 5.a, 5.b, 8.5	MR 5 AP 1, 3, 4
Soziale Absicherung: Ordnungsgemäße Anmeldung sämtlicher gegen – geringfügiges oder nicht geringfügiges – Entgelt zur Arbeitsleistung verpflichteter Personen bei der gesetzlichen Sozialversicherung. Etablierung eines betriebseigenen Vorsorgesystems zusätzlich zur gesetzlichen Pensionsversicherung bzw. gesetzlichen Mitarbeitervorsorge.	3.8	AP 1, 3, 4
Auswahl externer Dienstleister: Einkauf von „sauberen“ Dienstleistungen durch ebenfalls fair und nachhaltig arbeitende Dritte. Bevorzugung von Unternehmen mit ausgewiesenen ökologischen und sozialen Zertifizierungsstandards beim Einkauf von Dienstleistungen.	8.7, 8.8	MR 2, 3 AR 2, EEG 3 FBGP 4
Ausreichende Qualifikation: Nachweisliche Förderung der beruflichen Fortbildung der Dienstnehmer (ausgenommen Saisonarbeitskräfte), Nachweisliche Schulungen der Dienstnehmer am Arbeitsplatz, Weiterbildung des Betriebsführers, Berufliche Qualifikation des Betriebsführers.	4.7, 5.5	AP 5
Förderung des Arbeitsklimas: Führung von regelmäßigen Mitarbeitergesprächen. Keine Errichtung eines Betriebsrates trotz Auflage im Sinne des Betriebsverfassungsrechtes. Bestimmung einer ‚Vertrauensperson‘ als Ansprechpartner und Sprachrohr für Dienstnehmeranliegen.	8.3	AP 3
Integration: Beschäftigung von Behinderten. Beschäftigung von Langzeitarbeitslosen. Beschäftigung von älteren Menschen über 55 Jahren. Zukauf von Waren und Dienstleistungen, die mit Hilfe der Beschäftigung von Behinderten und/oder Langzeitarbeitslosen erzeugt bzw. erbracht werden.	8.5	MR 5
Arbeitssicherheit: "Jährliche Erstellung und Vorlage einer unter Beiziehung von Fachleuten (Sicherheitsfachkraft und Arbeitsmediziner) erstellten Evaluierung von Gefahren am Arbeitsplatz (Sicherheits - u. Gesundheitsschutzdokumente)." Installation von Präventions - u. Warnsystemen hinsichtlich CO ² -Bildung im Gärkeller. Ausreichender Schutz vor Lärm. Ausreichende Qualifikation bzw. Schutz der Arbeitnehmer bei der Lagerung und Handhabung von Pflanzenschutzmitteln. Ausreichender Schutz der Mitarbeiter bei der Lagerung und Handhabung von Reinigungsmitteln. Schutz von Schutzbedürftigen. Ausreichender Schutz vor Abstürzen und Gefährdungen beim Zurücklegen von Arbeitswegen. Ausreichender Sicherheitsstandard und Wartungen von elektrischen Anlagen. Gewissenhafte Wartung von Maschinen und sonstigen Arbeitsmitteln insbesondere ihren Schutz - und Sicherheitsvorschriften.	8.3, 8.8, 12.4	AP 2

13.1.3 NHA-Ökologie abgebildet in SDGs und ISO 26000

Ökologie	SDGs	ISO 26000
Prozessbewertung Traubenproduktion	2.4, 8.3, 15.1	UW
Energieaufwand und Energieherkunft in der Traubenproduktion	7.3, 15.5	
Maschineneinsatz		
Einsatz von Kraftstoff		
Pflanzen- und Ernteschutz	8.2, 11.4, 12, 15.1, 15.a	
Laubwand für Pflanzenschutz		
Technische Applikationsmaßnahmen		
Pflanzenschutzmittel pilzliche Erreger		EEG 6
Ernteschutz		
Landschaftselemente		EEG 6
Pflanzenschutzmittel tierische Erreger		EEG 6
Sonstiger Pflanzenschutz		EEG 6
Düngung und Bodenbearbeitung	8.2, 11.4, 12, 15.1, 15.a, 15.5, 2.4	
Adäquate Begrünung/Gründüngung		
Verwendung von Dünger		
Bodenbearbeitung		
Bewässerung und Wassermanagement	6, 9.4, 12.2	
Bewässerung		
Wassermanagement		
Qualitätssicherung und Ernte	8.2	
Rebschnitt		
Stammpflegemanagement		
Ausreichende Laubwandhöhe		
Traubenmanagement		
Selektive Lese		
Checkliste Weinerzeugung	2.4, 8.3, 15.1	OF, UW
Pläne über Gebäudeflächen und -höhen sowie Dämmung (Gebäude zur Trauben - u. Weinverarbeitung sowie Lagerung)	7.3, 9.2, 9.4	
Angaben über Passivenergienutzung, energiesparende Beleuchtung, Steuerungen zur Energieoptimierung	7.3, 9.2, 9.4	
Ressourcenberatung (alle 5 Jahre)	7.3	
Aufzeichnungen über die Wartung von Maschinen und Geräten sowie Handbücherbereitstellung	9.1	EEG 4
Aufstellung über Energieverbrauch (pauschale Werte des Lohnflaschenwasch - und Lohnfüllvorganges können verwendet werden)	7.3	
Aufzeichnungen über Maischetemperaturierung und Gärsteuerung	7.3, 13	
Behandlungsmaßnahmen und Lagerung (Aufzeichnungen Kellerbuch)	12.1, 12.4, 6	
Flaschenreinigung, Abfüllung und Verpackung (Aufzeichnungen Kellerbuch)	7.3, 12.1, 12.4, 12.5	EEG 4
Kellerreinigung (chlorhaltige Reiniger, Art der Reinigung)	12.1, 12.4	
Unterlagen über die Abwasserbehandlung (bei Direktinleitung ohne Einleitungsvertrag sind keine Unterlagen erforderlich)	12.1, 12.2, 12.5	
Aufzeichnungen (Kellerbuch, Füll - und Chargenprotokoll, Lebensmittelsicherheit, Beschwerdemanagement)	7, 8, 12	KA 1, 4
Prozessbewertung Weinerzeugung	2.4, 15.1	OF, UW
Gebäudeausstattung	7.3, 9.2, 9.4	
Ressourceneffizienz	7.3	
Energiebereitstellung	7.3	
Maischetemperaturierung Weißwein	7.3, 13	
Maischetemperaturierung Rotwein	7.3, 13	
Gärsteuerung Weiß- u. Rotwein	7.3, 13	
Anreicherung	7.3	
Behandlungsmaßnahmen	12.1, 12.4, 6	
Lagerung	7.3, 6	
Flaschenreinigung und Abfüllung	7.3, 6	EEG 4
Kleingebinde	7.3, 6, 2.4	
Verschlüsse	7.3, 6	
Verpackung	7.3, 6, 2.4, 12.4, 12.5, 12.6	
Kellerreinigung	6.3, 12.4	
Abwasserbehandlung	6.3, 12.4	
Abfallaufkommen und Behandlung	3.9, 6.3, 12.5., 15.1	
Ordnungsgemäße Aufzeichnungen	6.4, 8.3	KA 4, 5
Prozessbewertung Weingartenanlage	2.4, 15.1	
Standortwahl	6.3, 7.3	
Bodenauswahl	6.3, 7.3	
Vermeiden von Bodenabtrag	2.4	
Pflanzgutausswahl	11.4	
Geeignete Sorten- und Unterlagenauswahl	6.3, 8.2, 11.4	
Erziehungssystem	6.3, 7.3	
Unterstützung	6.3, 7.3	
Maschineneinsatz	8.2, 15.1	EEG 4
Bodenvorbereitung	6.3, 6.4	
Adäquate Düngung	6.3, 6.4	
Begrünung/Gründüngung	6.3	
Standortgerechter Pflanzungsvorgang	6.3, 6.4	
Wasserversorgung im Pflanzjahr	6.3, 6.5	
Beikrautbekämpfung im Pflanzjahr	7.3, 15.5	
Vorrangfläche	15.5	

13.2 Online-Fragebogen www.umfrageonline.com


[Umfragen](#)
[Mein Konto](#)
[Produkte & Preise](#)
[+ Neue Umfrage erstellen](#)

[Alle Umfragen](#)
[Umfrage bearbeiten](#)
[Layout](#)
[Einstellungen](#)
[Email-Versand](#)
[Auswertung \(21 Teilnehmer\)](#)
[Nachhaltiger Wein - was ist das?](#)

Nachhaltiger Wein - was ist das?

Standardwerte ändern

Die Kriterien beziehen sich auf das Weingut in seinem gesamten gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und ökologischen Kontext, im Sinne einer umfassenden unternehmerischen Verantwortung.

Ein Weingut mit NACHHALTIGKEITS-SIEGEL muss für mich folgende Kriterien erfüllen:

	sehr relevant	relevant	wenig relevant	kein Kriterium
Biodiversität im Weingarten (Pflanzen- und Tiervielfalt durch Anpflanzungen von Bäumen, Hecken, Kräutern, ...)	☐	☐	☐	☐
Verwendung natürlicher Dünger (z. B. Kompost)	☐	☐	☐	☐
Vermeidung von systemischen Herbiziden, Pestiziden, Fungiziden (verstreuen sich in der gesamten Pflanze und im Boden)	☐	☐	☐	☐
schonende Bodenbearbeitung (inkl. Vermeidung von schweren Fahrzeugen und Verringerung von Fahrten im Weingarten)	☐	☐	☐	☐
Arbeit im Rhythmus der Natur (und Unabhängigkeit von vorgegebenen Bewirtschaftungs- und Spritzplänen)	☐	☐	☐	☐
biologische Zertifizierung	☐	☐	☐	☐
sparsamer Wasserverbrauch	☐	☐	☐	☐
Energieeffizienz im Weingarten und Keller	☐	☐	☐	☐
Ökostrom in allen Betriebsgebäuden	☐	☐	☐	☐
Abfallwirtschaft (Mülltrennung etc.)	☐	☐	☐	☐
Verwendung von Reinigungsmitteln nach ökologischen Kriterien	☐	☐	☐	☐
Papiersparmaßnahmen	☐	☐	☐	☐
ökologische Bauweisen bei allen Neubauten	☐	☐	☐	☐
Fuhrpark-Neuanschaffungen nach ökologischen Kriterien	☐	☐	☐	☐
gemeinschaftliche Nutzung von Fahrzeugen und Anlagen	☐	☐	☐	☐
Kooperationen bei Transporten und Anschaffungen	☐	☐	☐	☐
Verwendung leichterer Weinflaschen (weniger CO2-Verbrauch bei Herstellung und Transporten)	☐	☐	☐	☐
Vermeidung von Transportwegen	☐	☐	☐	☐
Vermeidung von Flugreisen (auch im Privatleben)	☐	☐	☐	☐
eigene wirtschaftliche Stabilität	☐	☐	☐	☐
kritische Auswahl aller Geschäftspartner (Lieferanten, Kunden)	☐	☐	☐	☐
verantwortliche Veranlagungen (Versicherungen, Banken, Fonds, ...)	☐	☐	☐	☐
wertschätzende Mitarbeiterführung	☐	☐	☐	☐
gerechte Entlohnung	☐	☐	☐	☐
Gesundheits- und Arbeitsschutz	☐	☐	☐	☐
Ausbildungsmöglichkeit für Mitarbeitende	☐	☐	☐	☐
gepflegte Mitarbeiterräume	☐	☐	☐	☐

Denken Sie, dass Wein mit Nachhaltigkeitszertifizierung für den Konsumenten/die Konsumentin zukünftig an Relevanz gewinnt?

ja - ☐

nein - ☐

Kennen Sie das Weinsiegel "Nachhaltig Austria"?

ja - ☐

nein - ☐

[Standardwerte ändern](#)

Umfrage Online
AGB
Datenschutz
Impressum
Blog

Nützliches
Wie funktioniert Umfrage Online?
Studenten

Bleiben Sie in Kontakt!
Kontakt
Folgen Sie uns auf Facebook
Folgen Sie uns auf Twitter

Sprache
Dänisch
Deutsch
Englisch
Español
Français
Italiano
Nederlands
Norsk
Português
Suomi
Svenska
Türkçe

© 2007 - 2016 enovo GmbH

13.3 Online-Umfrage Rücklauf



[Umfragen](#)
[Mein Konto](#)
[Produkte & Preise](#)
[+ Neue Umfrage erstellen](#)

[Alle Umfragen](#)
[Layout](#)

Verwaltung von Umfragen

Ihre Umfragen

» Neue Umfrage erstellen

Titel	Status	Export	Auswertung	Umfragelink
☐ Nachhaltiger Wein - was ist das? <i>gastro</i>	abgeschlossen		116 Teilnehmer	öffnen
☐ Nachhaltiger Wein - was ist das? <i>handel</i>	abgeschlossen		59 Teilnehmer	öffnen
☐ Nachhaltiger Wein - was ist das? <i>presse</i>	abgeschlossen		99 Teilnehmer	öffnen
☐ Nachhaltiger Wein - was ist das? <i>private</i>	abgeschlossen		240 Teilnehmer	öffnen
☐ Nachhaltiger Wein - was ist das? <i>winzer</i>	abgeschlossen		350 Teilnehmer	öffnen

☒ markierte Umfragen: [kopieren](#), [löschen](#)

13.4 Online-Umfrage – Ergebnisse Frage A tabellarisch

Nachhaltigkeitskriterien	Gastro	Handel	Presse	Private	Winzer	gesamt	Abw.
Verwendung natürlicher Dünger	2,81	2,67	2,73	2,63	2,25	2,62	- 0,46
Vermeidung von systemischen Herbiziden, Pestiziden, Fungiziden	2,62	2,76	2,73	2,63	2,24	2,59	- 0,44
wertschätzende Mitarbeiterführung	2,52	2,55	2,45	2,51	2,60	2,53	0,09
Biodiversität im Weingarten	2,29	2,76	2,51	2,50	2,25	2,46	- 0,27
gerechte Entlohnung	2,33	2,42	2,39	2,48	2,50	2,43	0,10
Gesundheits- und Arbeitsschutz	2,33	2,47	2,31	2,45	2,50	2,41	0,11
schonende Bodenbearbeitung	2,14	2,48	2,29	2,28	2,36	2,31	0,06
Arbeit im Rhythmus der Natur	2,24	2,30	2,24	2,30	2,28	2,27	0,01
Abfallwirtschaft	2,19	2,24	2,10	2,21	2,55	2,26	0,36
Energieeffizienz in Weingarten und Keller	1,95	2,39	2,24	2,23	2,27	2,22	0,07
Verwendung von Reinigungsmitteln nach ökologischen Kriterien	2,10	2,27	2,16	2,11	2,20	2,17	0,05
sparsamer Wasserverbrauch	1,95	2,21	2,18	2,07	2,15	2,11	0,05
Ausbildungsmöglichkeit für Mitarbeitende	1,90	1,97	1,98	2,11	2,29	2,05	0,30
Vermeidung von Transportwegen	2,00	2,06	1,92	1,98	2,14	2,02	0,15
eigene wirtschaftliche Stabilität	1,95	1,66	1,86	1,98	2,36	1,96	0,50
Fuhrpark-Neuanschaffungen nach ökologischen Kriterien	1,90	1,97	1,86	1,74	1,89	1,87	0,03
gepflegte Mitarbeiterräume	1,76	1,76	1,70	1,90	2,12	1,85	0,34
ökologische Bauweisen bei allen Neubauten	1,81	1,91	1,78	1,78	1,92	1,84	0,10
kritische Auswahl aller Geschäftspartner	1,76	1,82	1,73	1,87	1,92	1,82	0,13
Kooperationen bei Transporten und Anschaffungen	2,05	1,64	1,82	1,73	1,84	1,82	0,03
gemeinschaftliche Nutzung von Fahrzeugen und Anlagen	2,10	1,58	1,92	1,73	1,72	1,81	- 0,11
Verwendung leichterer Weinflaschen	1,67	1,91	1,73	1,68	1,94	1,78	0,19
Papiersparmaßnahmen	1,76	1,79	1,49	1,64	1,89	1,71	0,22
biologische Zertifizierung	1,90	1,73	1,90	1,55	1,31	1,68	- 0,46
Ökostrom in allen Betriebsgebäuden	1,60	1,73	1,65	1,55	1,76	1,66	0,13
Vermeidung von Flugreisen	1,29	1,24	1,12	1,30	1,63	1,32	0,39
verantwortliche Veranlagungen	0,95	1,42	1,08	1,37	1,73	1,31	0,52
durchschnittliche Relevant von Nachhaltigkeit gesamt	2,00	2,06	1,99	2,01	2,10	2,03	

13.5 Online-Umfrage – Ergebnisse Frage A graphisch

